

S K R I P S I

PENGARUH KUALITAS LAYANAN TERHADAP TINGKAT KEPUASAN CALON TKI PADA PT. ANDALAN MITRA PRESTASI CABANG TANJUNG BALAI KARIMUN.

**Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Mengikuti Ujian Comprehensive Sarjana
Lengkap Pada Fakultas Ekonomi Dan Ilmu Sosial Universitas Sultan Syarif Kasim Riau**



Oleh

Abd. Rahman

10771000013

**JURUSAN MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN ILMU SOSIAL
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SULTAN SYARIF KASIM
RIAU
2012**

ABSTRAK

PENGARUH KUALITAS LAYANAN TERHADAP TINGKAT KEPUASAN CALON TKI PADA PT. ANDALAN MITRA PRESTASI CABANG TANJUNG BALAI KARIMUN

Oleh: Abd Rahman
10771000013

Penelitian ini dilakukan pada PT. Andalan Mitra Prestasi cabang Tanjung Balai Karimun. Tujuan dari penelitian ini untuk menganalisis pengaruh secara simultan dan parsial tentang kualitas layanan yang terdiri dari variabel Reliabilitas, Responsifitas, Assurance, Empaty dan Tangible terhadap kepuasan calon TKI pada PT. Andalan Mitra Prestasi Cabang Tanjung Balai Karimun.

Hipotesis yang diajukan adalah Diduga ada pengaruh positif dan signifikan antara faktor keandalan (reliabilitas), ketanggapan (responsivitas), keyakinan (assurance), Empati (emphaty), serta berwujud (tangible) secara parsial terhadap kepuasan Calon TKI pada PT. Andalan Mitra Prestasi cabang Tanjung Balai Karimun. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh Calon TKI yang berada dipenampungan selama masa tunggu keberangkatan sebanyak 177 orang. Adapun teknik pengambilan sampel yang digunakan rumus Slovin sehingga didapatkan sampel sebesar 64 orang.

Dalam menganalisis data yang diperoleh dari kegiatan penelitian ini, penulis menggunakan metode Regresi Linear Berganda dengan bantuan program komputer SPSS. Dari perhitungan menggunakan program komputer SPSS diketahui hasil Regresi Y (Kepuasan calon TKI) $Y = 16,905 - 0,216X_1 + 0,168X_2 - 0,152X_3 + 0,220X_4 + 0,338 + e$. Pada Unstandardized Coeficients Beta, variabel Realibilitas (X_1) dan Assurance (X_3) tidak signifikan, dengan probabilitas signifikansi $> 0,05$, Selanjutnya dari Standardized Coeficients Beta secara parsial berpengaruh terhadap kepuasan calon TKI sebesar Responsifitas (X_2) 21,8%, Empaty (X_4) 24,6%, dan Tangible (X_5) 41,9%.

Dari hasil koefisien determinasi R^2 (R square) sebesar 0,214 atau 21,4% adalah tingkat kepuasan Calon TKI, jadi dapat disimpulkan bahwa variable bebas mempengaruhi variable terikat, sedangkan sisanya 78,6% dapat diterangkan oleh variabel lain yang tidak diteliti pada penelitian ini.

Kata kunci: Lima Dimensi Kualitas Layanan jasa Reliabilitas, Responsifitas, Assurance, Empaty dan Tangible) mempengaruhi kepuasan calon TKI pada PT. Andalan Mitra Pretasi

DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
KATA PENGANTAR	ii
DAFTAR ISI.....	iv
DAFTAR TABEL.....	viii
DAFTAR GAMBAR	x
BAB I : PENDAHULUAN	
1.1. Latar Belakang.....	1
1.2. Perumusan masalah	5
1.3. Tujuan dan Manfaat Penelitian.....	6
1.4. Sistematis Penulisan	7
BAB II : TELAAH PUSTAKA	
2.1. Strategi pemasaran.....	9
2.2. Segmenting, Targeting, dan Positioning	11
2.3. Kepuasan Pelanggan.....	15
2.4. Kualitas Layanan	20
2.5. Kualitas pelayanan dalam pandangan islam.....	21
2.6. Strategi pelayanan.....	24
2.7. Kerangka Pemikiran	24
2.8. Hipotesis	27
2.9. Variabel Penelitian	30

BAB III : METODE PENELITIAN

3.1. Lokasi Penelitian dan Waktu	28
3.2. Batasan Penelitian	28
3.3. Operasional Variabel Penelitian	29
3.4. Jenis dan Sumber Data	30
3.5. Teknik Pengumpulan Data	31
3.6. Teknik Analisis Data	33
3.6.1. Uji Validitas	33
3.6.2. Uji Reliabilitas	34
3.6.3. Uji Normalitas	35
3.7. Uji Asumsi Klasik	36
3.7.1. Uji Multikolinearitas	36
3.7.2. Uji Autokorelasi	37
3.7.3. Uji Heteroskedastisitas	38
3.8. Pengujian Hipotesis	39
3.8.1. Uji statistik F	39
3.8.2. Uji statisyyik t	40
3.8.3. Analisis Regresi Linear Berganda.....	42
3.8.4. Koefesian Determinan.....	43

BAB IV : GAMBARAN UMUM

4.1. Sejarah Perusahaan PT. Perkebunan Nusantara V Pekanbaru	44
4.2. Struktur Organisasi	44
4.3. Ruang Lingkup Kegiatan Organisasi.....	46

4.4. Garis Besar Komponen Kegiatan PJTKI.....	48
4.4.1 Tahap Persiapan	49
4.4.2 Tahap Kegiatan	54
4.4.3 Tahap Pasca Kegiatan	56

BAB V : HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

5.1. Gambaran Umum Responden.....	57
5.1.1. Karakteristik Responden	57
5.5.1.1. Jenis Kelamin	57
5.5.1.2. Umur Responden	58
5.1.2. Deskripsi Data.....	59
5.2. Hasil Uji Kualitas Data.....	69
5.2.1. Uji Validitas	69
5.2.2. Uji Reliabilitas	73
5.2.3. Uji Normalitas	76
5.3. Analisis Uji Asumsi Klasik	78
5.3.1. Uji Multikoleneartitas	78
5.3.2. Uji Autokolerasi	79
5.3.3. Uji Heteroskedastisitas	79
5.4. Hasil pengujian Hipotesis	80
5.4.1. Pengujian Variabel Secara Simultan (Uji F).....	81
5.4.2. Pengujian Variabel Secara Parsial (Uji t).....	82
5.4.3. Regresi Linear Berganda.....	88

5.4.4. Koefisien Determinasi.....	90
-----------------------------------	----

BAB IV :KESIMPULAN DAN SARAN

6.1. Kesimpulan.....	92
6.2. Saran	94

DAFTAR TABEL

Tabel :	Halaman
Tabel 1.1 : Remitansi dari TKI untuk Devisa Negara Tahun 2004 – 2011	3
Tabel 1.2 : Jumlah Pengiriman Tenaga Kerja Indonesia Pada PT. Andalan Mitra Prestasi 2007 – 2010	5
Tabel V.1 : Statistic Deskriptif Responden	65
Tabel V.2 : Rekapitulasi Hasil Observasi dan Kuesioner yang Dicapai Masing-Masing Variabel.....	73
Tabel V.3 : Hasil Uji Validitas Variabel (X1) atau Reliabilitas.....	74
Tabel V.4 : Hasil Uji Validitas Variabel (X2) atau Responsifitas	75
Tabel V.5 : Hasil Uji Validitas Variabel (X3) atau Assurance.	76
Tabel V.6 : Hasil Uji Validitas Variabel (X4) atau Empaty.	76
Tabel V.7 : Hasil Uji Validitas Variabel (X5) atau Tangible.....	77
Tabel V.9 : Hasil Uji Validitas Variabel (Y) atau Kepuasan Calon TKI.	77
Tabel V.10 : Hasil Uji Reliabilitas Variabel (X1) atau Reabilitas	78
Tabel V.11 : Hasil Uji Reliabilitas Variabel (X ₂) Responsifitas.	78
Tabel V.12 : Hasil Uji Reliabilitas (X ₃) atau Assurance.	79
Tabel V.13 : Hasil Uji Reliabilitas (X ₄) atau Empaty	79
Tabel V.14 : Hasil Uji Reliabilitas (X5) atau Tangible.....	80
Tabel V.15 : Hasil Pre Test Uji Reliabilitas Variabel (Y).....	80
Tabel V.16 : Hasil Uji Normalitas (Uji Kolmogorov-Smirnov)	81
Tabel V.17 : Hasil Uji Multikoleniaritas.....	83

Tabel V.18 : Hasil Uji Autokolerasi.....	84
Tabel V.19 : Hasil Uji Simultan (F)	85
Tabel V.20 : Hasil Uji Parsial (t).....	87
Tabel V.21 : Regresi Linear Berganda	93
Tabel V.22 : Koefisien Determinasi	96

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Negara indonesia mempunyai tenaga kerja yang sangat berlimpah, akan tetapi sangat disayangkan lowongan pekerjaan didalam negeri (indonesia) terasa sangat kurang sekali, sehinggah terjadi penganguran dimana-mana.

Dikarenakan pendapatan atau gaji diluar negeri lebih besar dibandingkan dengan didalam negeri maka banyak Tenaga Kerja Indonesia yang ingin bekerja keluar Negeri, tetapi sangat disayangkan calon Tenaga Kerja Indonesia kurang mengetahui serta memahami prosedur untuk bekerja diluar negeri, sehinggah sering dijadikan sapi perahan calo yang mengurus Calon tenaga Kerja Indonesia tersebut.

Calo tersebut menempatkan Tenaga Kerja Indonesia ditempat penampungan liar tanpa adanya pemberian pelatihan-pelatihan atau pendidikan dasar bagi Calon Tenaga Kerja Indonesia, juga para Calon Tenaga Kerja indonesia tidak ada pemeriksaan kesehatan atau psykologi, sehinggah tingkat kesiapan para Calon Tenaga Kerja Indonesia secara psikis serta kesesuaian keperibadian dengan pekerjaan yang akan dilakukan sangatlah kurang.

Didalam hal kepengurusan dokumen, para calo mempergunakan dokumen ASPAL (asli tapi palsu), dimana para Calo tersebut hanya membekali para Calon Tenaga Kerja Indonesia dengan Visa Non Kerja, dan mereka sendiri tidak

mengetahui hak-hak yang harus mereka terima, baik ketika masih didalam negeri hingga negara tujuan tempat mereka bekerja. Calon Tenaga Kerja Indonesia yang diberangkatkan oleh sindikat dari negara asal masuk ke Negara asing tidak tercatat diperwakilan Republik Indonesia, sering mereka diterlantarkan ketempat tujuan, dan mereka kerap sekali dijadikan sebagai objek perdagangan manusia, termasuk perbudakan dan kerja paksa, korban kekerasan, kesewenangan, kejahatan atas harkat martabat manusia, serta perlakuan lain yang melanggar hak asasi manusia, padahal mereka sudah mengeluarkan uang yang cukup banyak untuk dapat bekerja ke Luar Negeri.

Tenaga Kerja Indonesia sering diberangkatkan tanpa Dokumen atau menggunakan paspor Turis, tanpa ada visa atau surat izin bekerja keluar negeri, sehingga apabila terjadi razia, dan mereka yang tertangkap akan dikenakan hukuman cambuk dan dipenjara sedangkan mereka yang tidak tertangkap dengan terpaksa melarikan diri ke hutan.

TKI merupakan penyumbang Devisa negara terbesar kedua setelah migas, para Calon Tenaga Kerja (TKI) sering disebut sebagai pahlawan Devisa Negara, hal tersebut dapat dilihat dari laporan yang diperoleh dari Bank BI dan lembaga yang terkait, Laporan Bank Indonesia mengenai Survei Pola Remitansi (pengiriman uang) TKI menunjukkan setiap tahun mengalami peningkatan.

Tabel 1.1 : Remitansi dari TKI untuk Devisa Negara Tahun 2004 – 2011.

No	Tahun	Remitansi
1	2004	US \$ 1,5 miliar
2	2005	US \$ 5,5 miliar
3	2006	US \$ 5,7 miliar
4	2007	US \$ 6 miliar
5	2008	US\$6,617 miliar
6	2009	US\$6,617 miliar
7	2010	US \$ 7,1 miliar

Sumber : Bank BI

Dari Tabel 1 : BI menyebutkan remitansi 2004 mencapai US\$1,5 miliar lalu naik drastis menjadi US\$5,5 miliar pada 2005. Pada 2006 data remitansi sebesar US\$5,7 miliar dan 2007 sebesar US\$6 miliar atau naik 7 persen dari tahun sebelumnya.

Sementara pemasukan devisa yang dihasilkan dari uang TKI yang dikirimkan hingga 2008 sebesar US\$6,617 miliar atau sekitar Rp60 triliun dan pada 2009 menurun tipis US\$6,617 miliar.

Total ada 6 juta TKI di luar negeri dan pada 2010 mereka mengirim devisa 7,1 miliar dollar AS (sekitar Rp 64,6 triliun) Untuk 2011, pengiriman uang dari TKI selama kuartal pertama 2011 mencapai US\$1,6 miliar atau sekitar Rp14 triliun. Rata-rata TKI mengirimkan uang US\$500 juta atau sekitar Rp4,5 triliun per bulan ke Indonesia.

Sebagai pahlawan Devisa Negara, sangatlah pantas apabila mereka mendapatkan pelayanan yang maksimal serta mendapatkan hak-hak yang seharusnya mereka peroleh dari setiap lembaga yang terkait. Didalam undang-

undang (PER-07/MEN/IV/2005, Pasal 5). Diatur berbagai aturan tentang hak-hak yang harus diperoleh oleh Calon Tenaga Kerja Indonesia ketika berada di penampungan. Sebagai kewajiban PPTKIS, standar tersebut merupakan bagian dari hak calon TKI. Calon TKI pada dasarnya memiliki hak untuk menggugat atau mempertanyakan penyelenggaraan penampungan jika tidak memenuhi standar tersebut.

PT. Andalan Mitra Prestasi Cabang Tanjung Balai Karimun Merupakan salah satu perusahaan yang bergerak dalam bidang penyedia jasa yang mana dalam hal ini berperan sebagai tenaga penyalur untuk para pekerja yang ingin bekerja ke luar Negeri (TKI). Perusahaan tersebut mulai beroperasi pada tahun 2007, semenjak beroprasinya PT. Andalan Mitra Prestasi Cabang Tanjung Balai Karimun memperoleh TKI diberbagai macam daerah. Memberikan pelayanan yang maksimal merupakan salah satu tujuan utama dalam menciptakan kepuasan tersendiri kepada masyarakat agar bersedia memakai jasa perusahaan tersebut.

Dengan berbagai upaya yang dilakukan tersebut diharapkan para calon tenaga kerja merasa puas atas jasa yang ditawarkan oleh PT. Andalan Mitra Prestasi Cabang Tanjung Balai Karimun. Untuk mengetahui perkembangan jumlah para tenaga kerja yang memakai jasa perusahaan tersebut dapat dilihat pada tabel pengiriman tenaga kerja keluar negeri dibawah ini:

Tabel 1.2 : Jumlah Pengiriman Tenaga Kerja Indonesia Pada PT. Andalan Mitra Prestasi cabang Tanjung Balai Karimun Tahun 2007 – 2010.

No	Tahun	Jumlah Pengiriman Tenaga Kerja	Pertumbuhan (%)
1	2007	577	-
2	2008	789	36,74%
3	2009	961	21,80%
4	2010	693	-38,67%
Jumlah TKI		3020	-

Sumber : PT. Andalan Mitra Prestasi Cabang Tanjung Balai Karimun

Dari tabel diatas dapat kita analisis perkembangan Jumlah TKI yang berangkat keluar negeri pada tahun 2007-2008 sebesar 212 TKI atau 36,74%, pada tahun 2008-2009 jumlah TKI meningkat menjadi 172 atau 21,80%, akan tetapi terjadi penurunan persentase, pada tahun 2009-2010 terjadi penurunan jumlah TKI yaitu 268 atau -38,67%.

Bertitik tolak dari beberapa hal diatas maka penulis tertarik untuk mengadakan penelitian lebih lanjut dengan judul: **“PENGARUH KUALITAS LAYANAN TERHADAP TINGKAT KEPUASAN CALON TKI PADA PT. ANDALAN MITRA PRESTASI CABANG TANJUNG BALAI KARIMUN”**.

I.2. Perumusan Masalah

Berdasarkan dari uraian-uraian pada latar belakang tentang, maka dalam penelitian ini penulis menetapkan perumusan masalah sebagai berikut :

“Bagaimana pengaruh keandalan (*reliability*), ketanggapan (*responsiveness*), keyakinan (*assurance*), empati (*emphaty*), dan berwujud (*tangible*) secara parsial terhadap kepuasan calon TKI pada PT. Andalan Mitra Prestasi?”

I.3. Tujuan dan Manfaat Penelitian.

a. Tujuan Penelitian

Berdasarkan permasalahan, maka tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut:

“Untuk mengetahui pengaruh keandalan (*reliabilitas*), ketanggapan (*responsivitas*), keyakinan (*assurance*), empati (*emphaty*), dan berwujud (*tangible*) secara parsial terhadap tingkat kepuasan Calon TKI.”

b. Manfaat Penelitian

Manfaat penelitian ini adalah sebagai berikut:

- 1) Secara teoretis hasil penelitian ini akan bermanfaat dalam pengembangan teori, khususnya tingkat kepuasan Calon TKI dengan pelayanan yang diberikan oleh PT. ANDALAN MITRA PRESTASI Kab. Tanjung Balai Karimun, yaitu untuk melihat tingkat pelayanan sebagai akibat adanya faktor-faktor yang mempengaruhi keandalan (*realiabilitas*), ketanggapan (*responsivitas*), keyakinan (*assurance*), empati (*emphaty*), dan berwujud (*tangible*).
- 2) Secara praktis penelitian ini bermanfaat untuk memberikan informasi/gambaran yang lebih riil, khususnya tentang kondisi

pelayanan PT. ANDALAN MITRA PRESTASI Kab. Tanjung Balai Karimun dengan kepuasan yang diterima oleh Calon TKI sehingga dapat menemukan faktor-faktor yang menyebabkan belum optimalnya tingkat pelayanan yang diberikan. Oleh karena itu, dapat dijadikan bahan pertimbangan dalam penyusunan kebijakan oleh pemerintah, pihak terkait dalam upaya memberikan pelayanan secara maksimal

BAB II

Landasan Teori

II.I. Strategi Pemasaran

Menurut (Venkatesh & Penaloza, 2006), didalam buku **Fandy Tjiptono (2008: 4)** definisi strategi pemasaran adalah Serangkaian aktivitas yang dilakukan perusahaan untuk menstimulasi permintaan atas produk atau jasanya dan memastikan bahwa produk dijual dan disampaikan para pelanggan.

Strategi adalah tindakan yang bersifat senagtiasa meningkatkan (*Incremental*) dan terus menerus serta dilakukan berdasarkan sudut pandang tentang apa yang di harapkan ooleh pelanggan dimasa depan. (Umar, 2003:31)

Strategi ini merupakan rencana berskala besar bagi manajemen organisasi yang berorientasi jangkaun masa depan yang jauh yang ditetapkan sedemikian rupa sehingga sehingga kemungkinan organisasi berintraksi secara efektif dengan lingkungan dalam kondisi persaingan yang kesemuanya diarahkan pada optimasi pencapaian pencapaian tujuan dan berbagai sasaran orang yang bersangkutan.

Dari devenisi diatas maka ada beberapa unsur yang penting dalam penyusunan strategi yaitu:

Untuk menentukan strategi mana yang tepat bagi perusahaan dalam memenangkan persaingan, maka perusahaan harus mengetahui secra pasti kedudukannya dalam suatu pasar. Dalam hal ini, strategi persaingan apapun yang sesuai dengan perusahaan akan tergantung dari posisinya, apakah perusahaan merupakan pemimpin pasar, penantang pasar, pengikut pasar dan penggarap relung pasar. (**Kotler, 2001:262**)

- a. Strategi pemimpin pasar (*market leader*)

Perusahaan ini memegang bagian pasar terbesar dalam pasar produk yang relevan. Perusahaan selalu tetap nomor satu. Sikap ini akan mendorong untuk membagi tiga tindakan, yaitu:

- 1) Memperluas keseluruhan pasar
- 2) Mempertahankan pangsa pasar
- 3) Memperluas pangsa pasar

b. Strategi penantang pasar (*Market challenger*)

Perusahaan ini memegang bagian pasar terbesar kedua setelah pemimpin pasar. Penantang pasar harus memutuskan siapa yang harus diserang:

- 1) Menyerang pemimpin pasar, dimana strategi ini beresiko tinggi, namun hasilnya dapat tinggi pula bila sipemimpin pasar tidak melayani pasar dengan baik.
- 2) Menyerang perusahaan dengan baik dan kekurangan uang.
- 3) Menyerang perusahaan local yang kurang baik kinerjanya.

Dalam hal ini penantang dapat memilih satu dari lima strategi penyerangan umum yang ada:

- 1) Serangan frontal murni, sipenyerang menyamai produk, iklan, harga, dan saluran distribusi pesaing.
- 2) Serangan rusuk, dapat diarahkan menurut dua dimensi strategi yaitu strategi yaitu dimensi strategis geografis dan segmental. Dalam serangan geografis sipenyerang memilih daerah dimana musuh tidak kuat. Sedangkan strategi segmental adalah melayani kebutuhan pasar yang belum terliput.
- 3) Serangan pengepung, dimana sipenyerang menanamkan lebih dari persaingan kelebihan-kelebihan yang berguna bagi konsumen.

- 4) Serangan menghindar, serangan yang paling tidak langsung. Maksudnya adalah mengabaikan musuh dan menyerang dan menyerang pasar yang lebih muda untuk memperluas basis sumberdaya.
- 5) Serangan griliya biasanya melakukan serangan kecil dan berkala untuk mengganggu dan menurunkan semangat musuh serta akhirnya memperoleh tempat permanen. Hal ini mencakup potongan harga selektif dan serangan promosi yang gencar.

c. Strategi Pengikut Pasar (*Market Follower*)

Perusahaan ini memiliki pangsa pasar yang lebih kecil dari penantang pasar. Beberapa strategi yang dapat diterapkan oleh perusahaan :

- 1) Pemalsu yaitu peniru bulat-bulat produk dan kemasan pemimpin serta menjualnya dipasar gelap atau melalui penyalur yang memiliki reputasi buruk.
- 2) Pengklon, berusaha untuk menyamai atau melebihi produk pemimpin dengan variasi yang ringan.
- 3) Peniru, mencontoh beberapa hal dari pemimpin, namun masih mempertahankan diferensiasi dalam hal kemasan, iklan, dan harga.
- 4) Pengadaptasian, mengambil produk pemimpin dan mengadaptasi atau memperbaikinya.

d. Strategi perelung pasar (*Market Nicher*)

Perusahaan yang memiliki pangsa pasar yang paling sedikit. Ide dasar pencari relung adalah spesialisasi.

II.2. Segmenting, Targeting, Positioning

II.2.1. Segmenting

Konsep segmenting pasar ini pertama kali dikemukakan oleh adam smith yang

menurut Lupiyoadi bahwa segmentasi pasar adalah membagi pasar menjadi sekelompok pembeli yang membedakan menurut kebutuhan produk yang berbeda. **(Zulfikar, 2003:3)**

Dalam melakukan segmentasi pasar ada beberapa alternative strategi yang dilakukan oleh perusahaan, yaitu sebagai berikut: **(Zulfikar 2003: 4)**

- 1) Pemasaran yang tidak berbeda (*Undifferentiated Marketing*), pemasaran yang tidak dideferensiasi menyebabkan timbulnya penghematan dalam produksi dan biaya pemasaran yang dinikmati oleh para kosumen dalam bentuk harga yang lebih rendah.
- 2) Pemasaran yang terkonsentrasi (*Concentrated Marketing*), sebuah perusahaan dapat mengkonsentrasikan dirinya pada suatu pasar tunggal karena pihak manajemen beranggapan bahwa mereka mempunyai keunggulan komperatif dalam hal melakukan segmen yang telah dipilih.
- 3) Pemasaran yang dideferensiasi (*Differentiatid Marketing*), suatu organisasi dapat saja menargetkan upaya-upayanya kearah lebih dari sebuah segmen pasar. Setelah segmen yang terdapat pada sebuah pasar total telah diidentifikasi maka dapat dikembangkan bauran-bauran pemasaran spesifik yang menarik bagi semua atau beberapa diantara subpasar dan kemudian ia mempersiapkan bauran pemasaran untuk masing-masing segmen.
- 4) Pemasaran berdasarkan kebutuhan masing-masing konsumen (*Customer Marketing*).

Dalam melakukan segmentasi pasar juga perlu memperhatikan syarat-syarat agar segmentasi yang dilakukan bisa berjalan secara efektif. **(Zulfikar, 2003: 3)**

- 1) *Measurability*, yaitu tingkat informasi yang ada mengenai sifat-sifat pembeli, sejauh mana sifat-sifat tersebut dapat diukur
- 2) *Accessiblility*, yaitu tingkat dimana perusahaan itu secara efektif memuaskan usaha

pemasarannya pada segmen yang dipilihnya.

- 3) *Substantialic*, yaitu suatu tingkat dimana segmen itu adalah luas dan cukup menguntungkan untuk melakukan pemasaran tersendiri.

II.2.2. Pengertian Targeting

Target market adalah ambisi perusahaan untuk menyerbu pasar sasaran atau tempat berpijak untuk menyerbu pasar lebih dalam atau luas. (Zulfikar, 2003: 3)

Sedangkan menurut Kotler dan Armstrong pasar sasaran adalah kumpulan pembeli dengan karakteristik serupa yang akan dilayani oleh perusahaan. **(Kotler dan Armstrong, 2003: 250)**

Kepuasan mengenai target pasar yang ingin dilayani dapat berupa lima pola yaitu: **(Englewood Cliffs, 2004:76)**

- 1) Konsentrasi segmen tunggal, melalui konsentrasi dan spesialisasi produksi, distribusi, dan promosi pada satu segmen saja, maka perusahaan dapat memperoleh posisi pasar yang kuat dalam segmen yang dipilih.
- 2) Spesialisasi yang selektif, perusahaan memilih sejumlah segmen pasar yang menarik dan sesuai dengan tujuan dan sumber daya yang dimiliki.
- 3) Spesialisasi pasar, perusahaan memuaskan dari pada upaya melayani sebagai kebutuhan dari suatu kelompok pelanggan tertentu.
- 4) Pelayanan penuh (*full market coverage*), perusahaan berusaha melayani semua kelompok pelayan dengan semua produk yang mungkin dibutuhkan.

II.2.3. Pengertian Positioning

Posisi produk adalah cara produk ditetapkan oleh konsumen berdasarkan atribut penting, tempat kedudukan produk dalam ingatan konsumen dalam hubungan dengan produk pesaing. (**Kotler dan Armstrong, 2003:254**)

Position berkenaan dengan upaya identifikasi, pengembangan dan komunikasi keunggulan yang bersifat khas dan unik sedemikian rupa sehingga produk dan jasa perusahaan dipersepsikan lebih superior dan khusus (distinctive) dibandingkan produk yang biasa para pesaing dalam benak pasar sasaran. Jadi, fokus utama positioning adalah pada persepsi pelanggan dan bukan sekedar produk fisik yang dihasilkan. (**Cliffs, 2004:78**)

Keberhasilan *positioning* sangat ditentukan oleh kemampuan sebuah perusahaan untuk mendiferensiasikan dirinya secara efektif dibandingkan para pesaingnya, yaitu dengan jalan menyampaikan atau memberikan nilai superior kepada pelanggannya.

Dalam bukunya Kotler dan Armstrong dalam strategi menetapkan posisi ada enam pemosisian produk yaitu:

- 1) Atribut produk spesifik, adanya perbedaan yang disampaikan pada konsumen atas produk yang ditawarkan dari produk pesaing
- 2) Manfaat yang diberikan, adanya perbedaan dari manfaat produk yang diberikan oleh pesaing.
- 3) Peristiwa penggunaan, adanya waktu-waktu tertentu untuk menggunakan produk yang ditawarkan.
- 4) Kelas pengguna tertentu, adanya pemanfaatan bukan saja pada konsumen yang dituju tetapi konsumen yang menginginkannya juga.
- 5) Langsung dibandingkan dengan pesaing, memosisikan produk langsung disebelah

pesaing.

II.3. Kepuasan Pelanggan

Berdasarkan kajian literature kepuasan pelanggan secara insentif, Giese & Cote (2000) didalam **Fandy Tjiptono (2008:43)** mengidentifikasi 20 devenisi yang diacu dalam riset kepuasa pelanggan selama priode waktu 30 tahun. Walaupun devenisi-devenisi tersebut berfariasi (bahkan beberapa diantaranya saling tidak konsisten satu sama lain) kedua pakar dari woshington state University ini menemukan kesamaan dalam hal tiga komponen utama antara lain:

- a. Kepuasan pelanggan merupakan respon (emosional atau kognitif)
- b. Respon tersebut menyangkut focus tertentu (ekspektasi, produk, pengalaman konsumsi, dan seterusnya.
- c. Respon terjadi pada waktu tertentu (setelah konsumsi, setelah pemilihan produk/jasa berdasarkan pengalaman akumulatif, dan lain-lain).

Sedangkan menurut **(Kotler, et al: 2004)** adalahTingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja (atau hasil) yang ia persepsikan dibandingkan dengan harapannya.

Kepuasan pelangganberpotensi memberikan sejumlah manfaat sepesifik **(Fandy tjiptono 2008: 169)**, diantaranya:

- a. berdampak positif terhadap loyalitas pelanggan
- b. berpotensi menjadi sumber pendapatan masa depan, terutama melalui pembelian ulang, *cross-selling*, dan *up-selling*;

- c. menekan biaya transaksi pelanggan dimasa depan, terutama biaya-biaya komunikasi pemasaran, penjualan, dan layanan pelanggan;
- d. menekan volatilitas dan resiko berkenaan dengan prediksi aliran kas masa depan;
- e. meningkatkan toleransi harga, terutama kesediaan pelanggan untuk membayar harga premium dan pelanggan cenderung tidak mudah tergoda untuk beralih pemasok.

Berdasarkan studi literatur dan pengalaman menjadi konsultan berbagi perusahaan di indonesia, menurut Handi Irawan ada lima faktor utama pendorong kepuasan pelanggan, yaitu :
(Irawan, 2003:37)

a. Kualitas produk

Pelanggan akan sangat puas kalau setelah membeli dan menggunakan produk tersebut, ternyata kualitas produknya baik. Kualitas produk ini adalah dimensi yang global dan paling tidak ada enam kualitas produk :

1) *Performance*

2) *Durability*

3) *Feature*

4) *Reability*

5) *Consistence*

6) *Design*

b. Harga

Untuk pelanggan yang sensitif, biasanya harga yang murah adalah sumber kepuasan yang penting karena mereka akan dapat *value for money* yang tinggi. Komponen harga ini tidak penting bagi yang sensitif terhadap harga.

c. *Service Quality*

Service quality sangat tergantung terhadap tiga hal, yaitu : sistem, teknologi, dan manusia. Faktor manusia ini memegang kontribusi 70% tidak menyaran, kepuasan pelanggan pada pelayanan sulit ditiru. Kualitas pelayanan juga merupakan *driver* yang mempunyai banyak dimensi, yaitu: *tangibles, reliability, responsiveness, assurance dan empathy*.

d. *Emotional Factor*

Untuk beberapa produk yang berhubungan dengan gaya hidup, seperti: mobil, kosmetik, *driver* kepuasan pelanggan, pelanggan *emotional factor* relatif penting.

e. Biaya dan kemudahan

Pelanggan akan semakin puas apabila relatif mudah, nyaman dan efisien dalam mendapatkan produk atau layanan.

Kontribusi masing-masing faktor diatas dapat juga berubah dari waktu ke waktu untuk suatu kontribusi. Besarnya bobot setiap faktor ini relatif mudah diketahui dengan melakukan survey pasar. Pelanggan dapat ditanyai secara langsung mengenai kepuasan mereka dan tingkat kepentingan mereka dari masing-masing faktor tersebut dalam mempengaruhi kepuasan pelanggan.

Ada beberapa metode yang dapat digunakan oleh perusahaan untuk dapat mengukur dan meninjau kepuasan pelanggan : **(Tjiptono, 2002:102)**

a. Sistem Keluhan dan Saran

Setiap pelanggan berorientasi kepada pelanggan (*customer oriented*) perlu memberikan kesempatan yang seluas-luasnya bagi para pelanggannya untuk menyampaikan suatu saran, pendapat dan keluhan.

b. *Ghost shopping* (pembeli bayangan)

Dalam metode ini dilakukan dengan cara mempekerjakan beberapa orang (*ghost shopper*) untuk berperan atau bersikap sebagai pelanggan atau pembeli potensial produk perusahaan dan pesaing lalu *Ghostshopper* tersebut menyampaikan temuan temuannya. Menilai kekuatan dan kelemahan produk perusahaan dan berdasarkan kelemahan mereka dalam membeli produk-produk tersebut.

c. *Lost customer analysis* (Analisis pengalaman yang beralih)

Pada metode ini perusahaan berusaha menghubungkan para pelanggannya yang telah berhenti atau telah beralih peminat. Yang diharapkan adalah mendapatkan informasi penyebab terjadinya hal tersebut.

d. Survey kepuasan pelanggan

Melalui survey perusahaan akan memperoleh tanggapan dan umpan balik secara langsung dari pelanggan dan sekaligus juga memberi tanda positif bahwa perusahaan menaruh perhatian pada pelanggan.

Untuk mewujudkan dan mempertahankan kepuasan pelanggan, organisasi jasa harus melakukan empat hal: (**Fandy Tjiptono, 2005:129**)

- a. Mengidentifikasi siapa pelanggannya.
- b. Memahami tingkat harapan pelanggan atas kualitas.
- c. Memahami strategi kualitas layanan pelanggan.
- d. Memahami siklus pengukuran dan umpan balik dari kepuasan pelanggan.

Menurut **Moenir (2004:197)**, faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan adalah

layanan dapat memuaskan orang atau sekelompok orang yang dilayani, ada empat persyaratan pokok, yaitu:

- a. Tingkah laku yang sopan,
- b. Cara menyampaikan sesuatu yang berkaitan dengan apa yang seharusnya diterima oleh orang yang bersangkutan,
- c. Waktu penyampaian yang tepat, dan
- d. Keramahtamahan.

Dari uraian yang telah dipaparkan di atas, maka untuk kepentingan penelitian ini dapat ditetapkan faktor-faktor yang ada relevansinya dengan penelitian ini dan disesuaikan dengan permasalahan yang diteliti, yaitu:

- a. Faktor keandalan (*reliabilitas*),
- b. Faktor ketanggapan (*responsivitas*),
- c. Faktor keyakinan (*assurance*),
- d. Faktor empati (*emphaty*), dan
- e. Berwujud (*tangible*)

II.4. Kualitas Layanan

Kata 'Kualitas' mengandung banyak definisi dan makna orang yang berbeda akan mengartikannya secara berlainan beberapa contoh definisi yang kerap kali dijumpai antara lain: **(Fandy Tjiptono, 2005:2)**

- a. Kesesuaian dengan persyaratan/tuntutan.
- b. Kecocokan dalam pemakaian.
- c. Bebas dari kerusakan/cacat
- d. Perbaikan/penyempurnaan berkelanjutan

- e. Pemenuhan kebutuhan pelanggan semenjak awal dan setiap saat.
- f. Melakukan segala sesuatu secara benar semenjak awal.
- g. Sesuatu yang bisa membahagiakan pelanggan.

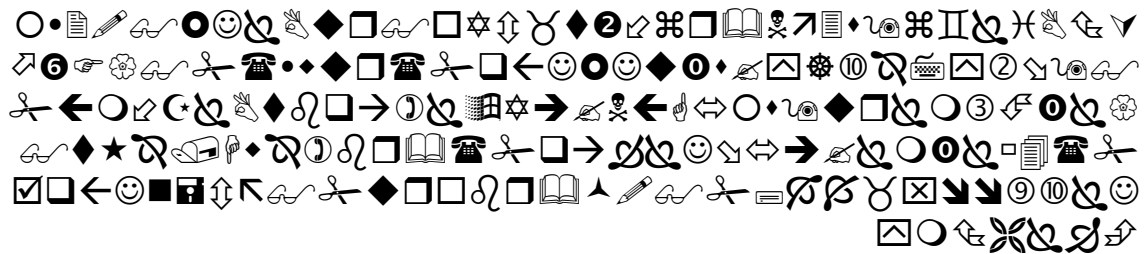
Dalam kaitannya dengan kepuasan pelanggan, kualitas memiliki beberapa dimensi pokok, bergantung pada konteksnya. Dalam kasus pemasaran jasa dimensi kualitas yang paling sering dijadikan acuan adalah: **(Fandy Tjiptono, 2008:68)**

- a. Realibilitas, yakni kemampuan memberikan layanan yang dijanjikan dengan segera, akurat dan memuaskan.
- b. Responsifitas, yaitu keinginan dan kesediaan para karyawan untuk membantu para pelanggan dan memberikan layanan dengan tanggap.
- c. Jaminan (*assurance*), mencakup pengetahuan, kompetensi, kesopanan dan sifat dapat dipercaya yang dimiliki para karyawan, bebas dari bahaya fisik, risiko atau keragu-raguan.
- d. Empati, meliputi kemudahan dalam menjalin hubungan, komunikasi yang efektif, perhatian emosional, dan pemahaman atas kebutuhan individual para pelanggan.
- e. Bukti fisik (*tangibles*), meliputi fasilitas fisik, perlengkapan, karyawan, dan sarana komunikasi.

II.5. Kualitas Pelayanan dalam Perspektif Islam

Islam mengajarkan bila ingin memberikan hasil usaha baik berupa barang maupun pelayanan/jasa hendaknya memberikan yang berkualitas, jangan memberikan yang buruk atau tidak berkualitas kepada orang lain. Seperti dijelaskan dalam Al-Quran surat Al-Baqarah ayat 267:



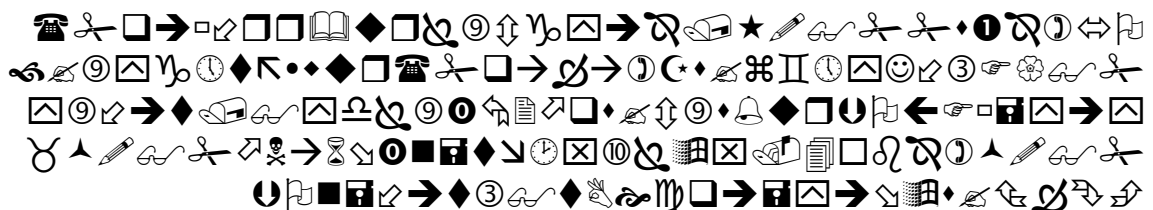


Artinya:

“Hai orang-orang yang beriman, nafkahkanlah (dijalan Allah) sebagian dari hasil usahamu yang baik-baik dan sebagian dari apa yang kami keluarkan dari bumi untuk kamu dan janganlah kamu memilih yang buruk-buruk lalu kamu nafkahkan darinya padahal kamu sendiri tidak mau mengambilnya melainkan dengan memicingkan mata terhadapnya. Dan ketahuilah bahwa Allah Maha Kaya lagi Maha Terpuji” (Departemen Agama RI, 2004:46).

Menurut Thorik G. dan Utus H. (2006:77) pentingnya memberikan pelayanan yang berkualitas disebabkan pelayanan (service) tidak hanya sebatas mengantarkan atau melayani. Service berarti mengerti, memahami, dan merasakan sehingga penyampaianpun akan mengenai heart share konsumen dan pada akhirnya memperkokoh posisi dalam mindshare konsumen. Dengan adanya heart share dan mind share yang tertanam, loyalitas seorang konsumen pada produk atau usaha perusahaan tidak akan diragukan.

Fasilitas yang diberikan dalam melakukan pelayanan akan terlihat semua tanpa adanya reliability (kehandalan) dari pelaku bisnis. Kehandalan dalam pelayanan dapat dilihat dari ketepatan dalam memenuhi janji secara akurat dan terpercaya. Allah sangat menganjurkan setiap umatnya untuk selalu menepati janji yang telah ditetapkan seperti dijelaskan dalam Al Qur'an surat An-Nahl ayat 91, yaitu:

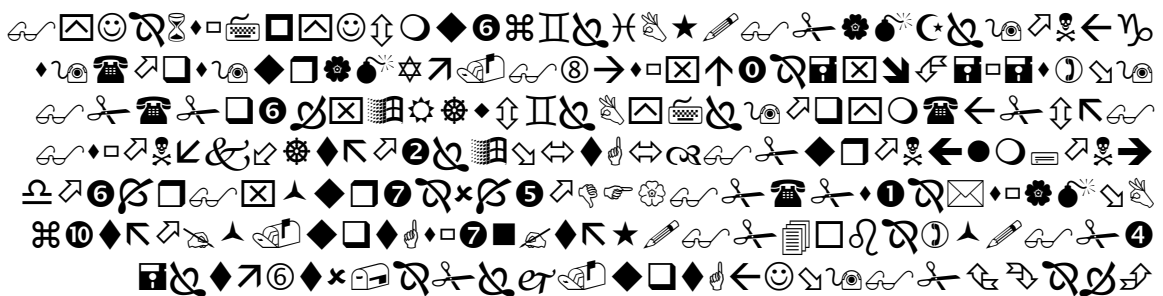


Artinya:

“Dan tepatilah perjanjian dengan Allah apabila kamu berjanji dan janganlah kamu membatalkan sumpah-sumpah (mu) itu sesudah meneguhkannya, sedang kamu telah menjadikan Allah sebagai saksimu (terhadap sumpahsumpah itu), sesungguhnya Allah mengetahui apa yang kamu perbuat” (Departemen Agama RI, 2004:278).

Ayat diatas menjelaskan bahwa setiap manusia diwajibkan menepati janji yang telah ditetapkan, demikian juga dengan pelaku bisnis baik janji yang ditetapkan secara langsung maupun janji-janji dalam bentuk promosi, semuanya harus ditepati dan sesuai dengan kenyataan. Penawaran ketika promosi atau iklan yang tidak sesuai dengan kenyataan berarti telah mengingkari janji yang ditetapkan dan hal ini telah mengandung unsur penipuan yang akan merugikan konsumen.

Adiwarman Karim (2003:73) menjelaskan bahwa baik buruknya perilaku bisnis para pengusaha menentukan sukses-gagalnya bisnis yang dijalankan. Al Qur'an Surat Ali Imran ayat 159 menjelaskan:



Artinya:

“Maka disebabkan rahmat dari Allah-lah kamu berlaku lemah lembut terhadap mereka. Sekiranya kamu bersikap keras lagi berhati kasar, tentulah mereka menjauhkan diri dari sekelilingmu. Karena itu, maafkanlah mereka; mohonkanlah mapun bagi mereka, dan bermusyawarahlah dengan mereka dalam urusan itu. Kemudian apabila kamu telah membulatkan tekad, maka bertawakallah kepada Allah. Sesungguhnya Allah menyukai orang-orang yang bertawakal kepada-Nya” (Departemen Agama RI, 2004:72).

Berdasarkan ayat diatas, jelas bahwa setiap manusia dituntunkan untuk berlaku lemah lembut agar orang lain merasakan kenyamanan bila berada disampingnya. Apalagi dalam pelayanan yang mana konsumen banyak pilihan, bila pelaku bisnis tidak mampu memberikan rasa aman dengan kelemahlembutannya maka konsumen akan berpindah ke perusahaan lain. Pelaku bisnis dalam memberikan pelayanan harus menghilangkan jauhjauh sikap keras hati dan harus memiliki sifat pemaaf kepada pelanggan agar pelanggan terhindar dari rasa takut, tidak percaya, dan perasaan adanya bahaya dari pelayanan yang diterima.

II.6. Strategi Pelayanan

Ada beberapa strategi yang dapat dipadukan untuk meraih dan meningkatkan kepuasan pelanggan: (fandy tjiptono, 2005:135)

- a. Strategi pemasaran berupa *Relationship Marketing* (Mc Kenna, 1991), yaitu strategi dimana transaksi pertukaran antara pembeli dan penjual berkelanjutan, tidak berakhir setelah penjualan selesai.
- b. Strategi *superior customer service* (Schaars, 1991), yaitu menawarkan pelayanan yang lebih baik dari pada pesaing. Hal ini membutuhkan dana yang besar, kemampuan sumber daya manusia, dan usaha gigih agar dapat tercipta suatu pelayanan yang superior.

II.7. Kerangka Pemikiran

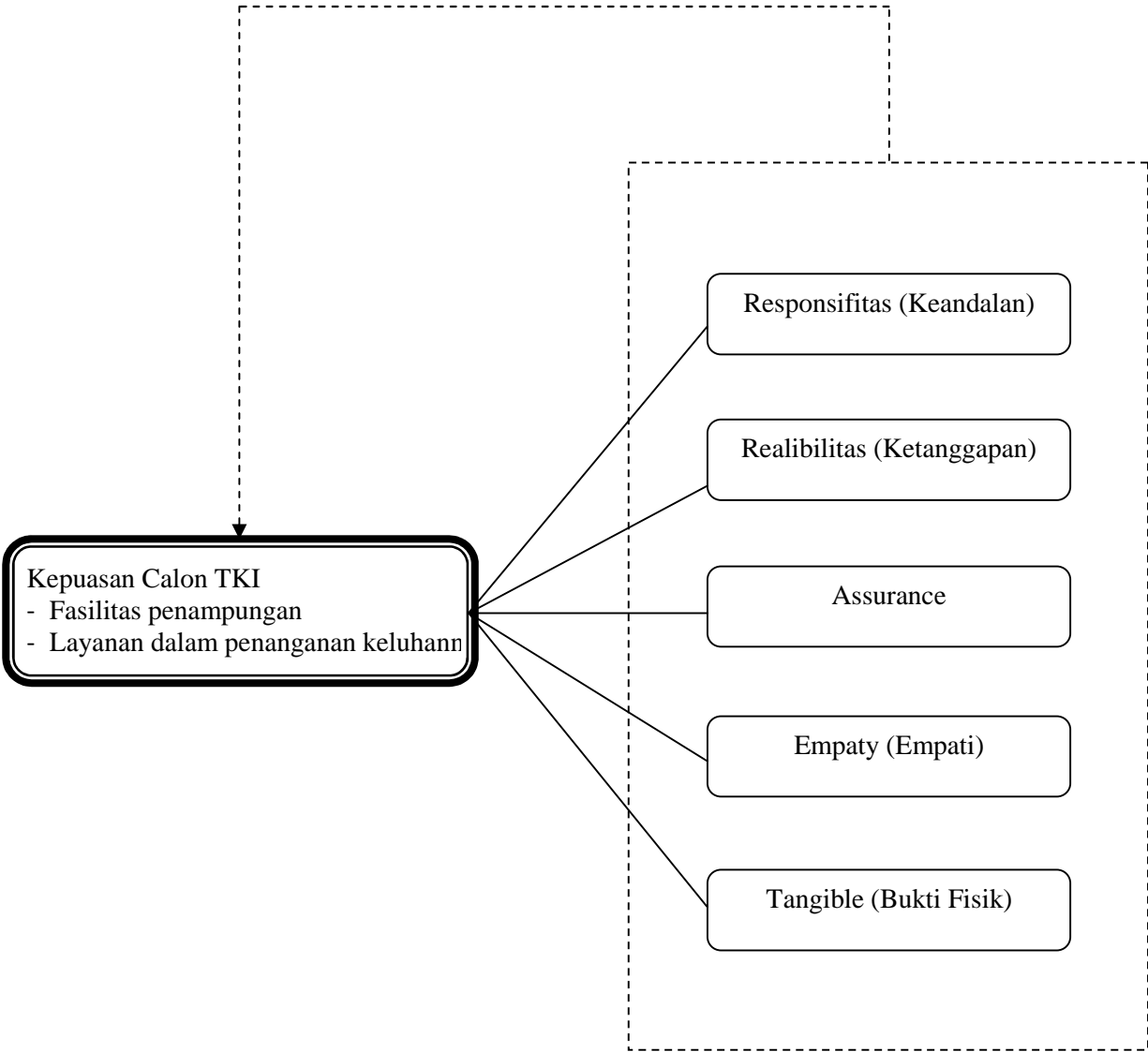
Sebagai pahlawan devisa sangatlah pantas apabila para calon TKI mendapatkan pelayanan yang maksimal dari berbagai instansi terkait. Calon TKI tidak hanya

mengharapkan terpenuhinya kebutuhan, tetapi lebih dari itu, yaitu kualitas pelayanan dapat memberikan kepuasan kepada calon TKI. Pelayanan yang secara umum diinginkan adalah kemudahan dalam mengurus kepentingan, mendapat perlakuan yang sama tanpa pilih kasih, serta mendapatkan perlakuan jujur dan terusterang. Akan tetapi, pada kenyataannya sering terjadi kesenjangan antara mutu yang diharapkan dengan mutu yang dilaksanakan sehingga dukungan dan kepercayaan calon TKI belum maksimal. Untuk memenuhi tuntutan pelayanan PT. Andalan Mitra Prestasi, ada beberapa faktor yang berpengaruh terhadap kepuasan calon TKI antara lain keandalan (*reliabilitas*), ketanggapan (*responsivitas*), keyakinan (*assurance*), empati (*emphaty*), dan bukti fisik (*tangible*). Faktor-faktor tersebut mempunyai hubungan yang sangat erat dengan tingkat kepuasan calon TKI, seperti belum terpenuhinya fasilitasi penampungan sesuai ketentuan pemerintah dan penanganan keluhan dirasakan. Hal tersebut secara langsung akan memberikan dampak terhadap kualitas layanan PT. Andalan Mitra Prestasi, yang pada akhirnya mempengaruhi tingkat kepuasan Calon TKI. Dari uraian tersebut dapat digambarkan kerangka konsep/pemikiran seperti Gambar dibawah ini:

Gambar II.1 : Kerangka Konseptual

Variabel Y (Dependen)

Variable X (Independen)



II.8. Hipotesis

Dari pokok permasalahan, keaslian penelitian, dan kajian teori dapat dirumuskan hipotesis sebagai berikut.

“Ada pengaruh positif dan signifikan antara faktor keandalan (*reliabilitas*), ketanggapan (*responsivitas*), keyakinan (*assurance*), empati (*emphaty*), serta berwujud (*tangible*) secara parsial terhadap kepuasan Calon TKI pada PT. Andalan Mitra Prestasi.”

II.9. Variabel Penelitian

Dalam penulisan Skripsil ini, variable-variable yang di teliti adalah :

1. Variable dependen adalah Tingkat Kepuasan Calon TKI
2. Variable independen adalah :
 - a) Responsifitas (Keandalan)
 - b) Realibilitas (Ketanggapan)
 - c) Assurance (Keyakinan)
 - d) Empaty (Empati)

Tangible (Bukti Fisik)

BAB III

METODE PENELITIAN.

III.1. Lokasi dan Waktu Penelitian

Dalam melakukan penelitian ini, penulis mengambil subjek penelitian pada PT. ANDALAN MITRA PRESTASI yang beralokasi di Jl. Telaga Harapan RT. 03 RW. 05 Kelurahan Sungai Lakam Kecamatan Karimun Kabupaten Tanjung Balai Karimun Provinsi Kepri. Dan adapun dilakukan penelitian dimulai pada bulan Agustus 2011.

III.2. Batasan Penelitian

Objek penelitian ini dibatasi pada calon TKI yang berada di penampungan dan sudah pernah bekerja diluar negeri sebagai TKI dan ingin melanjutkan visa dan surat perjanjian kerja, artinya calon TKI tersebut harus berada di penampungan selama kepengurusan dokumen secara lengkap sebagai syarat untuk bekerja di luar negeri . Dan penelitian ini dilakukan pada calon TKI yang menyangkut tentang kualitas Layanan seperti keandalan (*reliabilitas*), ketanggapan (*responsivitas*), keyakinan (*assurance*), empati (*emphaty*), dan berwujud (*tangible*). Serta tingkat kepuasan calon TKI.

III.3. Operasional Variabel Penelitian

Variabel	Konsep Variabel	Indikator
Kepuasan Calon TKI (Y)	Tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja (hasil) yang ia persepsikan dibandingkan dengan harapannya.	<ul style="list-style-type: none"> • Fasilitas penampungan • pemeriksaan kesehatan dan psikologi • kecepatan penanganan keluhan
Reliabilitas (X ₁)	Realibilitas, yakni kemampuan memberikan layanan yang dijanjikan dengan segera, akurat dan memuaskan. (Fandy Tjiptono, 2008;69)	<ul style="list-style-type: none"> • kesiapan petugas setiap saat diperlukan, ketepatan waktu pelayanan • ada tidaknya perbedaan pelayanan satu dengan lainnya
Responsivitas (X ₂)	Responsifitas, yaitu keinginan dan kesediaan para karyawan untuk membantu para pelanggan dan memberikan layanan dengan tanggap. (Fandy Tjiptono, 2008;69)	<ul style="list-style-type: none"> • Ketanggapan petugas atas keluhan dan masalah yang dihadapi calon TKI • membantu memberikan jasa dengan cepat atau tanggap.
Assurance (X ₃)	Jaminan (<i>assurance</i>), mencakup pengetahuan, kompetensi, kesopanan dan sifat dapat dipercaya yang dimiliki para karyawan, bebas dari bahaya fisik, risiko atau keragu-raguan. (Fandy Tjiptono, 2008;69)	<ul style="list-style-type: none"> • Keramahan dan kesopanan, • pemberian pelayanan secara tuntas dan menyeluruh • memberikan penjelasan dengan baik dalam menimbulkan kepercayaan dan keyakinan.
Empaty (X ₄)	Empati, meliputi kemudahan dalam menjalin hubungan, komunikasi yang efektif, perhatian emosional, dan pemahaman atas kebutuhan individual para pelanggan. (Fandy Tjiptono, 2008;69)	<ul style="list-style-type: none"> • Sikap dan perhatian petugas, berlaku adil pada setiap pelanggan • berpenampilan baik dalam memberi perhatian secara individu kepada pelanggan.

Tangible (X ₅)	Bukti fisik (<i>tangibles</i>), meliputi fasilitas fisik, perlengkapan, karyawan, dan sarana komunikasi. (Fandy Tjiptono, 2008;69)	<ul style="list-style-type: none"> • Tempat pelayanan yang nyaman dan memadai • peralatan dan perlengkapan yang baik • prosedur pelayanan yang sama bagi semua pihak dalam menampilkan fasilitas fisik, peralatan, personel, dan media komunikasi
-------------------------------	--	--

III.4. Jenis dan Sumber Data

Jenis dan data menurut sifatnya, **Husein Umar, 2008:37** dikelompokkan menjadi dua yaitu:

1. Data Kualitatif adalah menggunakan data yang tidak menggunakan dalam bentuk skala rasio, tetapi dalam bentuk skala yang lebih rendah, yaitu skala nominal, ordinal, ataupun interval yang kesemuanya dapat dikategorikan, sehingga jelas apa yang akan disamakan dan dibedakan dari apa yang akan diperbandingkan dalam permasalahan yang telah dirumuskan dalam riset. diantaranya jawaban responden sangat memuaskan.
2. Data Kuantitatif adalah lebih berdasarkan pada data yang dapat dihitung untuk menghasilkan penaksiran kuantitatif yang kokoh, yaitu dalam jumlah calon TKI, data perkembangan calon TKI, dan jumlah karyawan PT. Andalan Mitra Prestasi.

Adapun jenis dan data yang penulis gunakan dalam penelitian ini

dikelompokkan menjadi dua kelompok, yaitu:

a. Data primer

Data primer adalah data yang diperoleh langsung dari lokasi penelitian, yaitu pada PT. Andalan Mitra Prestasi Kab. Tanjung Balai Karimun berupa jawaban responden mengenai kualitas layanan yang diberikan kepada calon TKI atas kualitas layanan diantaranya: keandalan (*reliabilitas*), ketanggapan (*responsivitas*), keyakinan (*assurance*), empati (*emphaty*), dan berwujud (*tangible*) Serta tingkat kepuasan calon TKI, dan kecepatan dalam penanganan keluhan calon TKI.

b. Data sekunder

Data sekunder adalah data yang diperoleh dari data-data literatur-literatur, para ahli, laporan-laporan dan informasi yang dapat mendukung dalam penulisan penelitian ini.

III.5. Teknik pengumpulan Data

Dalam penulisan ini penulis melakukan penelitian dengan menggunakan metode:

1. Wawancara (*interview*)

Pada metode ini dilakukan pertanyaan kepada pimpinan, bagian operasional dan pihak-pihak yang mempunyai wewenang dalam

memberikan informasi langsung mengenai perusahaan tersebut, menyangkut dengan data yang akan diambil perusahaan baik data yang berbentuk primer maupun data yang berbentuk sekunder.

2. Data pertanyaan (*Kuesioner*)

Yaitu pertanyaan dilakukan dengan memberikan data pertanyaan-pertanyaan secara tertulis yang diajukan kepada pihak responden yang berkaitan dengan variabel.

III.6. Populasi dan Sampel

1. Populasi

Populasi adalah keseluruhan karakteristik atau hasil pengukuran yang menjadi objek penelitian. Populasi dapat diartikan kelompok orang, kejadian/segala sesuatu yang mempunyai karakteristik tertentu (**Indriantono, 2002;45**), populasi dalam penelitian ini adalah para Calon TKI pada PT. Andalan Mitra Prestasi yang berjumlah 177 calon TKI.

2. Sampel

Menurut **Arikunto (2002:104)** sampel adalah bagian dari populasi yang akan diambil untuk mewakili populasi secara keseluruhan yang akan menjadi responden dalam penelitian ini. (**Umar 2005:153**)

Untuk menentukan jumlah sampel, penulis menggunakan rumus Slovin dengan rumus sebagai berikut:

$$n = \frac{N}{1 + (N \cdot e)^2}$$

Keterangan :

n : Ukuran Sampel

N : Ukuran Populasi

e : persen kelonggaran ketelitian karena kesalahan pengambilan sampel yang masih dapat ditolerir.

$$\begin{aligned} n &= \frac{N}{1 + (N \times e)^2} \\ &= \frac{177}{1 + (177 \times 0.1)^2} \\ &= \frac{177}{1 + 1.77} \\ &= 63.89 \end{aligned}$$

Dari perhitungan jumlah populasi sebesar 177 orang dengan kelonggaran 10% maka dari hasil perhitungan dengan menggunakan rumus slovin tersebut didapat sampel minimal 64 orang. Teknik pengambilan sampel menggunakan metode *Nonprobabilitas sampling* yaitu dengan cara *aksidental sampling* yaitu penentuan sampel

berdasarkan kebetulan, yaitu siapa saja yang secara kebetulan ditemui yang tergolong dalam calon TKI terpilih akan dijadikan responden.

III.7. Analisis Data

III.7.1 Uji Kualitatif Data

Instrument penelitian merupakan media dalam pengumpulan data, sehingga kuesioner dikatakan reliabel jika jawaban responden konsisten bila diajukan pertanyaan yang sama dalam waktu yang berbeda. Untuk mengetahui reliabilitas suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variable penelitian, maka diperlukan *uji reliabilitas dan validitas* (Husein Umar: 2003:102)

1. Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau valid tidaknya kuesioner. Suatu kuesioner dikatakan valid jika pertanyaan pada kuesioner mampu untuk mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut (Ghozali, 2005:54). Dalam pengujian yang dilakukan peneliti untuk menghasilkan kualitas data, layak atau tidak layaknya suatu data yang diangkat maka peneliti mengaitkan data, faktor dengan metode Validitas yaitu melakukan korelasi antara skor butir pertanyaan dengan total skor kontruk atau variabel, masing-masing butir pertanyaan dapat dilihat kevalidannya dari *correctd tem-total correlation*. Kuesioner dapat

dikatakan valid jika *corrected item-total correlation* memiliki nilai kritis > dari 0,3 atau 30%. Dengan demikian maka item yang memiliki korelasi > 30% dikategorikan valid, sedangkan item yang memiliki korelasi < 30% dikategorikan tidak valid dan akan disisihkan dari analisis selanjutnya.

2. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas dilakukan setelah uji validitas dan hanya pertanyaan-pertanyaan yang telah dianggap valid. Uji reliabilitas adalah alat untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variabel atau konstruk. Keandalan berkaitan dengan estimasi sejauh mana suatu alat ukur apabila dilihat dari stabilitas atau konsistensi internal dari jawaban atau pertanyaan jika pengamatan dilakukan secara berulang.

Kuesioner dikatakan andal (*reliable*) jika jawaban seseorang terhadap pertanyaan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu (Ghozali, 2005). Uji coba terhadap butir pertanyaan yang valid dilakukan untuk mengetahui keandalan butir pertanyaan tersebut dengan bantuan SPSS. SPSS memberikan fasilitas untuk mengukur reliabilitas dengan uji statistik *Cronbach's Alpha* (). Suatu konstruk atau variabel dikatakan Reliabilitas jika memberikan nilai *Cronbach's Alpha* > 0,60 (Nunnally dalam Nursiah, 2010).

III.7.2 Uji Normalitas

Uji normalitas adalah langkah awal yang harus dilakukan untuk setiap *multivariate* khususnya jika tujuannya adalah inferensi (**Imam Ghozali, 2006:27 dalam Nursiah, 2010**). Dalam pengujian yang dilakukan untuk peneliti untuk menghasilkan kualitas data, layak atau tidaknya suatu yang dapat diangkat maka peneliti mengaitkan data, pada penelitian ini untuk menguji normalitas data menggunakan *Kolmogorov-smirnov*, criteria yang digunakan adalah jika masing-masing variabel menghasilkan nilai Kolmogorov-Smirnov Z (K-S-Z) dengan $P > 0,05$ atau P besar dari 0,05 maka dapat disimpulkan bahwa masing-masing data pada variabel yang diteliti terdistribusi secara normal.

III.7.3 Uji Asumsi Klasik

1. Uji Multikolinearitas

Asumsi klasik dilakukan ketika penelitian menggunakan regresi dengan metode *Ordinary Least Square* (OLS). Tujuan dilakukannya pengujian asumsi klasik adalah:

- a. Menguji apakah dalam model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas (independen).

- b. Menguji apakah dalam model regresi ada korelasi antara kesalahan pengganggu pada periode t (sekarang) dengan kesalahan pengganggu pada periode $t-1$ (sebelumnya).
- c. Menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan varian dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain.

Regresi dengan metode *Ordinary Least Square* (OLS) akan memberikan hasil yang *Best Linear Unbiased Estimator* (BLUE) jika memenuhi asumsi klasik. Dalam pengujian asumsi klasik, ada 3 pengujian yang dapat dilakukan yaitu :

2. Uji Multikolinearitas

Tujuan utama pengujian ini adalah untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas (*independen*). Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi diantara variabel *independen*. Jika variabel *independen* saling berkorelasi, maka variabel-variabel ini tidak *ortogonal*. Variabel *ortogonal* adalah variabel *independen* sama dengan nol (Ghozali, 2001:91). Metode yang digunakan untuk mendeteksi ada atau tidaknya multikolinieritas dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan *variance inflation factor* atau VIF yang merupakan kebalikan dari toleransi sehingga formulanya adalah sebagai berikut :

$$VIF = \frac{1}{(1 - R^2)}$$

Dimana R^2 merupakan koefisien determinasi. Bila toleransi kecil artinya menunjukkan nilai VIF akan besar, untuk itu bila $VIF > 5$ maka dianggap ada multikolinieritas dengan variabel bebas lainnya, sebaliknya jika nilai $VIF < 5$ maka dianggap tidak ada multikolinieritas.

3. Uji Autokorelasi

Autokorelasi adalah hubungan yang terjadi diantara anggota-anggota dari serangkaian pengamatan yang tersusun dalam rangkaian waktu (*cross section data*). Penyimpangan asumsi ini biasanya muncul pada observasi yang menggunakan *time series data*. Konsekuensi dari adanya autokorelasi dalam suatu model regresi adalah varians sampel tidak dapat menggambarkan varians populasinya. Sehingga model regresi yang dihasilkan tidak dapat digunakan untuk menaksir nilai variabel dependen pada nilai variabel independen. Untuk menentukan ada tidaknya autokorelasi, dapat dilakukan dengan Uji Durbin-Watson dengan menggunakan aplikasi SPSS dimana:

1. Jika angka D-W di bawah -2, berarti terdapat autokorelasi positif.
2. Jika angka D-W di bawah -2 sampai +2, berarti tidak ada autokorelasi.
3. Jika angka D-W di atas +2, berarti ada autokorelasi negatif.

4. Uji Heteroskedastisitas

Uji ini bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan *variance* dari satu residual pengamatan ke pengamatan yang lain (Ghozali, 2005). Dasar pengambilan keputusan :

- 1) jika ada pola tertentu seperti titik-titik (poin) yang ada membentuk suatu tertentu yang teratur (bergelombang, melebar, kemudian menyempit) maka telah terjadi heteroskedastisitas.
- 2) jika tidak ada pola yang jelas, serta titik-titik yang menyebar diatas dan dibawah angka 0 pada sumbu Y, maka terjadi heteroskedastisitas jadi jika grafik diatas terlihat titik-titik menyebar secara acak, tidak membentuk suatu pola tertentu yang jelas serta tersebar baik diatas maupun dibawah angka 0 pada sumbu Y. Hal ini berarti tidak terjadi heteroskedastisitas pada model regresi ini, sehingga model regresi layak pakai.

III.7.4 Uji Hipotesis

1. Uji Anova (F)

Pada dasarnya menunjukkan apakah semua variabel independen dalam model mempunyai pengaruh secara bersama-sama terhadap variabel dependen.

- a) Hipotesis pengujiannya adalah :

$$H_0 : b_1 = b_2 = b_3 = b_4 = b_5$$

Artinya : semua variabel independen secara simultan tidak mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen.

$$H_a: b_1 \neq b_2 \neq b_3 \neq b_4 \neq b_5$$

Artinya : semua variabel independen secara simultan mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen.

b) Menentukan *level of signifikan* pada $\alpha = 0,05$

c) Menggunakan F_{hitung} dengan rumus sebagai berikut:

$$F_{hitung} = MSR / MSE = \frac{SSR / K}{SSE / (n - k)}$$

Dimana:

$$SSR = \text{Sum of Square due to Regression} = \sum (Y_i - \bar{Y})^2$$

$$SSE = \text{Sum Square Error} = \sum (Y_i - \bar{Y})^2$$

n = jumlah observasi

k = jumlah parameter (termasuk intercep) dalam model

$$MSR = \text{Mean Square due to Regression} = SSR / k$$

$$MSE = \text{Mean Square due to Error} = SSE / n - k - 1$$

$$TSS = \text{Total Sum of Square}$$

Tabel II.1 ANOVA

Sumber	DF (Degree of Freedom)	SS (Sum of Squares)	MS (Mean Squares)	F_{hitung}
Regresi	K	SSR	MSR	(*)

Residual	$n - k - 1$	SSE	MSE	
Total	$n - 1$	TSS		

d) H_0 : diterima bila $F_{hitung} < F_{tabel}$ atau $Sig > 0,05$ = tidak Signifikan

H_a : diterima bila $F_{hitung} > F_{tabel}$ atau $Sig < 0,05$ = Signifikan

2. Uji Statistik t

Menguj koefisien regresi masig-masing variabel independen secara parsial dengan menggunakan uji-tes, dengan tahapan sebagai berikut:

a. Membuat hipotesis oprasional

$H_0 : b_1 = 0$:artinya tidak ada pengaruh yang signifikan dari variabel reliabilitas terhadap kepuasan calon TKI.

$H_a : b_1 \neq 0$:artinya ada pengaruh yang signifikan dari variabel reliabilitas terhadap kepuasan calon TKI.

$H_0 : b_2 = 0$: artinya tidak ada pengaruh yang signifikan dari variabel responsivitas terhadap kepuasan calon TKI.

$H_a : b_2 \neq 0$: artinya ada pengaruh yang signifikan dari variabel responsivitas terhadap kepuasan calon TKI.

$H_0 : b_3 = 0$:artinya tidak ada pengaruh yang signifikan dari variabel jaminan (*assurance*) terhadap kepuasan calon TKI.

$H_a : b_3 \neq 0$: artinya ada pengaruh yang signifikan dari variabel jaminan (*assurance*) terhadap kepuasan calon TKI.

$H_0 : b_4 = 0$: artinya tidak ada pengaruh yang signifikan dari variabel empati terhadap kepuasan calon TKI.

$H_a : b_4 \neq 0$: artinya ada pengaruh yang signifikan dari variabel empati terhadap kepuasan calon TKI.

$H_0 : b_5 = 0$: artinya tidak ada pengaruh yang signifikan dari variabel bukti fisik (*Tangibles*) terhadap kepuasan calon TKI.

$H_a : b_5 \neq 0$: artinya ada pengaruh yang signifikan dari variabel bukti fisik (*Tangibles*) terhadap kepuasan calon TKI.

b. Menentukan *level of signifikan* pada $\alpha = 0,05$

c. Menggunakan t_{hitung} dengan rumus sebagai berikut: **(Imam Ghozali, 2005)**

$$t_{hitung} = Bi / Se (Bi)$$

Dimana :

$Bi = \text{Understandized Coeffisien } B$

$Se = \text{standard Error}$

d. Keputusan

H_0 : diterima bila $t_{hitung} < t_{tabel}$ atau $Sig \geq 0,5$ = tidak signifikan

H_a : diterima bila $t_{hitung} \geq t_{tabel}$ atau $Sig \leq 0,5$ = Signifikan

Selanjutnyadengan dari *Standarized Coeficien Beta* dapat diketahui besarnya pengaruh variabel independen secara parsial terhadap variabel dependennya.

3. Analisis Regresi Linier Berganda

Untuk menganalisis pengaruh keandalan (*reliabilitas*), ketanggapan (*responsivitas*), keyakinan (*assurance*), empati (*emphaty*), dan berwujud (*tangible*) secara bersama-sama dan secara parsial terhadap kepuasan calon TKI pada PT. Andalan Mitra Prestasi digunakan Model regresi linier berganda. (Hasan, 2002: 254)

Rumus Linier Berganda:

$$Y = a + b_1 X_1 + b_2 X_2 + b_3 X_3 + b_4 X_4 + b_5 X_5 + e$$

Dimana :

Y = Kepuasan Calon TKI

X₁ = Realibilitas

X₂ = Responsifitas

X₃ = Jaminan (*Assurance*)

X₄ = Empati

X₅ = Bukti Fisik (*Tangible*)

b₁, b₂, b₃, b₄, b₅ = Koefisien Berganda

e = eror

4. Koefesian Determinan

Koefisien determinan (R^2) adalah sebuah koefisien yang menunjukkan seberapa besar persentase variable-variabel independen. Semakin besar koefisien determinasinya, maka semakin baik variabel independen dalam menjelaskan variabel dependen. Dengan demikian regresi yang dihasilkan baik untuk mengistemasi nilai variabel dependen. Begitu juga untuk mengetahui variabel independen yang paling berpengaruh terhadap variabel dependen dilihat dari koefisien korelasi parsial. Variabel independen yang memiliki koefisien korelasi parsial yang paling besar adalah independen yang paling berpengaruh terhadap variabel dependen.

BAB IV
GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN
PT. ANDALAN MITRA PRESTASI (CABANG TANJUNG BALAI KARIMUN)

IV.1 Sejarah Singkat Berdirinya Perusahaan

PT. Andalan Mitra Prestasi Cabang Tanjung Balai Karimu berdiri pada tanggal 4 agustus 2008, sebuah perusahaan yang bergerak dalam bidang jasa pengrekrut dan pemberangkatan calon tenaga kerja Indonesia (PJTKI) ke luar negeri khususnya negeri jiran Malaysia. Perusahaan Jasa Tenaga Kerja Indonesia (PJTKI) PT. Andalan Mitra Prestasi berkantor pusat di jalan S. Parman No. 80 – 82 B Padang 25136 – Sumatra Barat dan berkantor Cabang di jalan Telaga Harapan RT. 03 RW. 05 Kelurahan Sungai Lakam Kecamatan Karimun Kabupaten Karimun Provinsi Kepri. Dengan luas area penampungan yang berupa 2 rumah dengan luas 650 M².

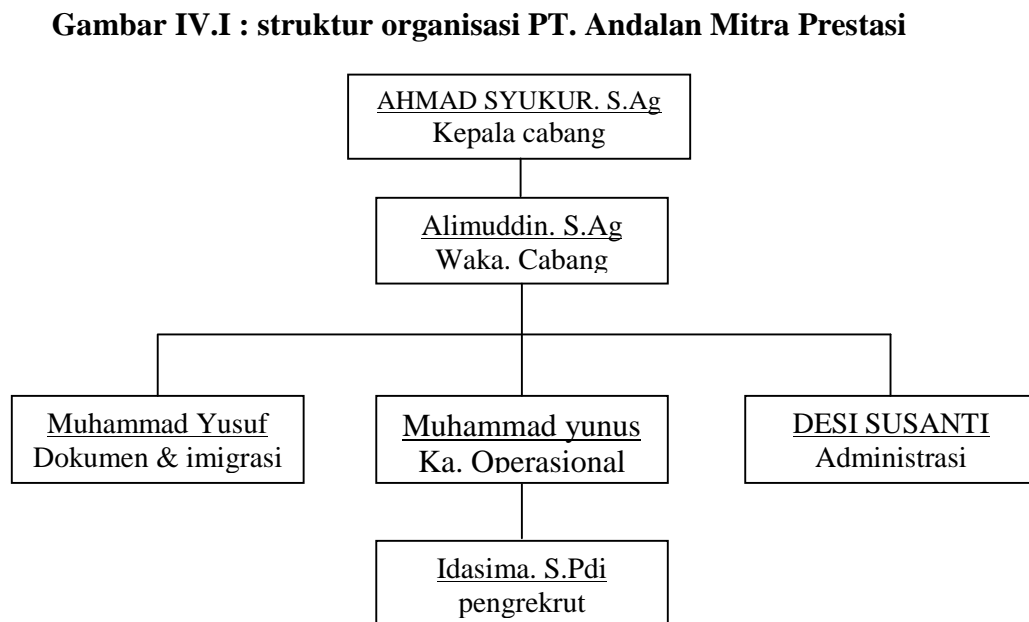
IV.2 Struktur Organisasi

Struktur organsasi mempunyai peranan dan fungsi yang sangat penting baik dalam perusahaan atau lembaga dan institusi lainnya, karena tanpa adanya struktur organisasi yang sistematis dan baik, maka akan sulitlah bagi suatu perusahaan untuk menjalankan segala aktifitas secara terarah dan teratur dalam pencapaian tujuan-tujuannya. Sedangkan mafaat penting lain yang

terkandung dari suatu struktur organisasi yang baik adalah sebagai alat untuk memperjelas tugas dan tanggung jawab masing-masing yang menduduki suatu jabatan dapat mencapai kerja sama atau koordinasi sesama anggota organisasi.

Dilihat dari struktur organisasinya, maka dapat dikatakan bahwa PT. Andalan Mitra Prestasi memiliki Struktur organisasi berbentuk garis. Penggunaan bentuk struktur garis ini bertujuan untuk memudahkan kesatuan komando dalam pemberian tugas kepada bawahan. Wewenang dari pimpinan dilimpahkan langsung kepada satu-satuan bawahannya dalam segala bidang pekerjaan dan langsung mengawasi satu-kesatuan organisasi tersebut.

Untuk melihat gambar struktur organisasi PT. Andalan Mitra Prestasi dapat dilihat pada gambar 1.1 dibawah ini:



Sumber : PT. Andalan Mitra Prestasi Cabang Tanjung Balai Karimun.

IV.3 Ruang Lingkup Kegiatan Organisasi Perusahaan PT. Andalan Mitra Prestasi Cabang Tanjung Balai Karimun.

Adapun tugas-tugas, tanggung jawab, wewenang dan aktivitas perusahaan dari masing-masing jabatan adalah sebagai berikut:

1. Kepala Cabang

Penguasa tertinggi pada perusahaan ini ada pada kepala cabang, yang mempunyai tugas mengambil dan menentukan kebijakan yang akan dijalankan, menetapkan perjanjian tempat kerja kepada CTKI, mengkoordinir dan mengawasi pelaksanaan manajemen perusahaan serta bertanggung jawab atas jalannya sebuah perusahaan.

2. Waka Cabang

Waka Cabang bertugas untuk membantu pimpinan apabila dalam keadaan berhalangan dalam mengkoordinir dan mengawasi pelaksanaan manajemen perusahaan.

3. Administrasi (Bendahara)

Karyawan yang bekerja dibagian ini mempunyai tanggung jawab penuh terhadap keluar masuknya uang dalam perusahaan. Dan pencatatan yang bersifat masalah administrasi.

4. Bagian Document & imigrasi

Karyawan yang bekerja pada jabatan ini bertugas untuk menginput data calon TKI serta melengkapi keperluan tentang document calon TKI yang Meliputi:

- a) Surat keterangan status perkawinan, bagi yang telah menikah (melampirkan Copy buku Nikah).
- b) Kartu Tanda Penduduk, Ijazah pendidikan terakhir, akte kelahiran ayau keterangan kenal lahir.
- c) Surat keterangan Izin suami atau istria, izin orang tua atau izin wali.
- d) Sertifikat kompetensi kerja
- e) Surat keterangan sehat berdasarkan hasil pemeriksaan kesehatan psykologi
- f) Pasport yang diterbitkan oleh kantor imigrasi setempat.
- g) Visa
- h) Perjajian kerja / perjanjian penempatan TKI dan
- i) KTLN

5. Ka. Operasional

Pada bagian ini bertugas dalam prosesi penjemputan calon TKI yang datang dari berbagai daerah dan memberangkatkan calon TKI serta menyerahkan file calon TKI kepada pihak terkait.

6. Pengrekrut dan seleksi

Memberikan informasi kepada Calon Tenaga Kerja Indonesia yang akan bekerja keluar negeri, sekurang-kurangnya mengenai:

- a. Dokumen yang diperlukan
- b. Tata cara pengrekrutan

- c. Hak dan kewajiban calon Tenaga Kerja Indonesia
- d. Situasi dan kondisi serta resiko dinegara tujuan
- e. Tata cara perlindungan bagi tenaga kerja.

IV.4 Garis Besar Komponen Kegiatan PJTKI PT.Andalan Mitra Prestasi.

PJTKI PT. Andalan Mitra Prestasi sebagai Cabang diberi kewenangan dalam hal bererikut (**PT. Andalan Mitra Prestasi 2009;5**)

- a. Untuk merekrut dan menerima pendaftaran dan seleksi awal calon TKI tentang Tenaga Kerja Indonesia.
- b. Menanda tangani Berita acara serah terima CTKI & KITKI.
- c. Menyelesaikan permasalahan yang berkaitan dengan calon TKI tentang Dokumen yang diperlukan baik yang diperlukan baik dari departemen tenaga Kerja maupun Instansi yang terkait.
- d. Mentaati segala peraturan yang telah ditetapkan oleh Departemen Tenaga Kerja.
- e. Menangani proses dokumen pemberangkatan.

Dalam hal melakukan kegiatan tersebut diatas, pada perisipnya dilakukan kegiatan mulai dari tahap persiapan, (Tahap pra penempatan), tahap kegiatan sampai tahap paska kegiatan untuk setiap kegiatan sampai dengan tahap paska kegiatan untuk setiap tahapan dilakukan telaahan rencana kegiatan karena

diduga akan menimbulkan dampak terhadap lingkungan. Uraian singkat dari tahapan kegiatan adalah sebagai berikut:

a. Tahap Persiapan (Tahap Pra Penempatan)

1. Penampungan

Calon TKI ditampung di tempat penampungan berupa rumah sesuai dengan standar kelayakan, mereka diberikan makan 3 (tiga) kali sehari, disediakan tempat tidur, kamar mandi serta wc dan diberikan hiburan berupa TV dimana didalam penampungan tersebut Calon Tenaga Kerja harus memenuhi atau mematuhi tata tertib selama didalam penampungan.

2. Pengurusan surat izin pengerahan.

Sesuai dengan pasal 23 bab V dari undang-undang tentang penetapan dan perlindungan TKI diluar Negeri, maka perusahaan penempatan Tenaga Kerja Indonesia Swasta (PPTKIS) wajib untuk memiliki surat Izin pengerahan Mentri Tenaga Kerja, sebelum memiliki surat izin pengerahan maka perusahaan TKI harus terlebih dahulu memiliki:

- a) Perjanjian Kerjasama Penempatan.
- b) Surat Permintaan Tenaga Kerja Indonesia dari pengguna.
- c) Rencana perjanjian penempatan dan.
- d) Rancangan Perjanjian kerja.

Surat permintaan Tenaga Kerja Indonesia dari pengguna, perjanjian kerja sama penempatan dan rancangan perjanjian kerja harus memperoleh persetujuan dan dari pejabat yang berwenang pada Perwakilan Republik Indonesia di Negara Tujuan.

3. Pengrekrutan dan Seleksi

Proses akan didahulukan dengan memberikan informasi kepada Calon Tenaga Kerja Indonesia yang akan bekerja keluar negeri, sekurang-kurangnya mengenai:

- a) Dokumen yang diperlukan
- b) Tata cara pengrekrutan
- c) Hak dan kewajiban calon Tenaga Kerja Indonesia
- d) Situasi dan kondisi serta resiko dinegara tujuan
- e) Tata cara perlindungan bagi tenaga kerja.

Sebelum diberikan informasi kepada calon TKI secara lengkap an benar, maka terlebih dahulu pihak perusahaan jasa TKI akan meminta persetujuan dari instansi yang bertanggung jawab dibidang ketanakerjaan.

Pengrekrutan yang dilakukan perusahaan jasa TKI oleh PT. Andalan Mitra Prestasi terhadap Calon TKI setelah memenuhi persyaratan:

1. Calon TKI yang akan bekerja diluar negeri haruslah berusia sekurang-kurangnya 18 (delapan belas) tahun, terkecuali bagi calon TKI yang dipekerjakan perorangan, dimana sekurang-kurangnya 21 (dua puluh satu) tahun.
2. Calon TKI harus sehat jasmdan rohanani, sehinggah kalau mereka bekerja diluar negeri tidak mengecewakan pengguna dinegara tujuan.
3. Calon Tenaga Kerja Wanita tidak diperbolehkan apabila dalam keadaan hamil.
4. Pendidikan para calon TKI haruslah minimal tamatan lanjutan pertama (SLTP) atau sederajat.

4. Pendidikan dan Pelatihan Kerja

TKI baik peria maupun wanita akan diberikan pendidikan pelatihan-pelatihan kerja sesuai dengan pekerjaan yang akan dilakukan. Pendidikan dan pelatihan kerja bagi Calon TKI dimaksud untuk:

- a. Memberikan pengetahuan dan pemahaman tentang hak dan kewajiban Calon TKI.
- b. Membekali kemampuan berkomunikasi dalam bahasa tujuan.

- c. Memberikan pengetahuan dan pemahaman tentang situasi, kondisi, adat istiadat, budaya, agama dan resiko bekerja diluar negeri dan
- d. Membekali, meningkatkan dan mengembangkan kompetensi calon TKI.

5. Uji Kompetensi

Setelah melakukan pendidikan dan pelatihan dari pelatihan kerja, tentang situasi baik itu adat istiadat tempat dimana calon TKI itu bekerja, maupun budaya agama serta resiko mereka diluar negeri dan juga membekali mereka keterampilan umpamanya jahit menjahit bagi peria maka Calon TKI akan dilakukan uji kompetensi kerja dan apabila lulus ujian akan diberikan surat sertifikat kompetensi.

6. Pemeriksaan Kesehatan dan Psikologi

Untuk memenuhi standar kerja diluar negeri, juga calon tenaga kerja indonesia tersebut diharuskan untuk melakukan pemeriksaan kesehatan bagi calon TKI dimaksudkan untuk mengetahui derajat kesehatan dan tingkat kesiapan psikis serta kesesuaian keperibadian Calon TKI dengan pekerjaan yang akan dilakukan negara tujuan, sehingga tidak akan merugikan atau mengecewakan para pengguna TKI diluar negeri.

7. Pengurusan Dokumen

Agar para calon TKI dapat bekerja dengan tenang dan tidak dikejar para aparat yang berwenang di Negara tujuan, maka Perusahaan Penempatan Tenaga Kerja Swasta (PPTKIS) akan mengurus segala dokumen yang meliputi:

- a. Surat keterangan status perkawinan, bagi yang telah menikah (melampirkan Copy buku Nikah).
- b. Kartu Tanda Penduduk, Ijazah pendidikan terakhir, akte kelahiran atau keterangan kenal lahir.
- c. Surat keterangan Izin suami atau istria, izin orang tua atau izin wali.
- d. Sertifikat kompetensi kerja
- e. Surat keterangan sehat berdasarkan hasil pemeriksaan kesehatan psikologi
- f. Pasport yang diterbitkan oleh kantor imigrasi setempat.
- g. Visa
- h. Perjajian kerja / perjanjian penempatan TKI dan
- i. KTLN

Perjanjian kerja / perjanjian penempatan TKI sebagaimana dimaksud diatas dibuat secara tertulis dan ditanda tangani oleh Calon TKI dan pelaksanaan penempatan TKI setelah yang bersangkutan

dipilih dalam perekrutan. Perjanjian sebagaimana dimaksudkan sekurang-kurangnya memuat:

1. Nama dan alamat pelaksana penempatan TKI swasta
2. Nama, Jenis kelamin, umur, status perkawinan dan alamat TKI
3. Hak dan Kewajiban para pihak dalam rangka penempatan TKI yang ditentukan dengan kesepakatan dan syarat-syarat yang ditentukan.
4. Nama dan alamat calon pengguna TKI
5. Jabatan dan jenis pekerjaan calon TKI sesuai dengan pengguna dinegara tujuan.
6. Jaminan pelaksana penempatan TKI kepada calon TKI dalam hal pengguna tidak memenuhi kewajibannya kepada TKI sesuai dengan perjanjian kerja yang telah disepakati.
7. Waktu keberangkatan Calon TKI ke Negara tujuan.
8. Segala biaya yang harus dikeluarkan atau yang harus dibayarkan oleh calon TKI antara lain biaya penempatan.
9. Akibat-akibat atas terjadinya pelanggaran oleh satu pihak
10. Tanggung jawab kepengurusan penyelesaian masalah
11. Tanda tangan oleh para pihak dalam perjanjian penempatan pelanggaran TKI.

b. Tahap Kegiatan

1. Perjanjian Kerja

Perjanjian kerja adalah antara pengguna dan TKI, apabila telah disepakati maka ditanda tangani oleh para pihak, penanda tangan surat perjanjian kerja ini harus dihadapi pejabat instansi yang bertanggung jawab dibidang ketenaga kerjaan.

Perjanjian kerja sebagai mana dimaksud diatas sekurang-kurangnya mencakup;

- a. Nama dan alamat pengguna
- b. Nama dan alamat calon TKI
- c. Jabatan atau jenis pekerjaan calon TKI yang akan dikerjakan diluar negeri
- d. Hak dan kewajiban kedua belah pihak, baik pihak TKI ataupun para pengguna TKI
- e. Kondisi dan syarat kerja yang meliputi jam kerja, upah dan tata cara pembayaran, hak cuti dan waktu istirahat, fasilitas dan jaminan sosial.
- f. Jangka waktu dan perjanjian kerja.

Perjanjian kerja antara TKI dengan pengguna TKI dibuat paling lama dalam jangka 2 (dua) tahun dan bisa diperpanjang untuk jangka waktu paling lama 2 (dua) tahun, kecuali untuk jabatan atau jenis pekerjaan tertentu.

Perpanjangan sebagaimana dimaksud diatas wajib untuk mendapatkan persetujuan dari pejabat yang berwenang dan perwakilan Republik Indonesia di Negara tujuan, pengurusan untuk mendapatkan persetujuan perpanjangan perjanjian dilakukan akan menjadi tanggung jawab perusahaan jasa TKI

Bagi TKI ataupun para pengguna TKI yang bekerja pada pengguna perseorangan yang telah berakhir perjanjian kerjanya akan diperpanjang perjanjian kerja. TKI ataupun para pengguna TKI yang bersangkutan harus pulang terlebih dahulu ke indonesia.

2. Masa Tunggu di Penampungan

Pelaksanaan penempatan TKI swasta dapat menampung calon TKI sebelum keberangkatan, masa penampungan di PT. Andalan Mitra Prestasi paling lama 2 (dua) minggu sebelum keberangkatan ke Negara tujuan.

c. Tahap Pasca Kegiatan

Kegiatan akan berakhir apabila masa kontrak TKI berakhir dan tidak ada lagi permintaan Tenaga Kerja dari Negara yang membutuhkan.

Kepulangan TKI dapat terjadi apabila:

1. Berakhirnya masa perjanjian
2. Pemutusan hubungan kerja sebelum masa perjanjian masa berakhir
3. Terjadi perang, bencana alam atau wabah penyakit dinegara tujuan
4. Mengalami kecelakaan yang mengakibatkan tidak bisa menjalankan pekerjaan lagi
5. Meninggal dunia dinegara tujuan
6. Cuti atau
7. Dideportasi oleh Pemerintah Indonesia

BAB V

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

V.1 Gambaran Umum Responden

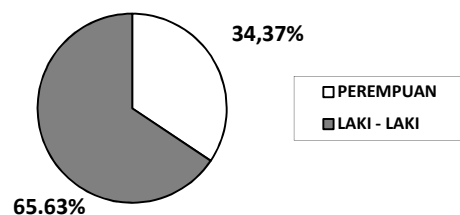
Penyajian data pada bab ini adalah hasil dari kuesioner yang di sebarakan kepada seluruh Calon TKI yang berada di penampungan dan sebelumnya pernah bekerja keluar negeri sebagai TKI. Tujuannya adalah untuk melihat seberapa besar pengaruh Dimensi Kualitas Layanan Terhadap tingkat kepuasan Calon TKI pada PT. Andalan Mitra Prestasi Cabang Tanjung Balai Karimun.

V.1.1 Karakteristik Responden

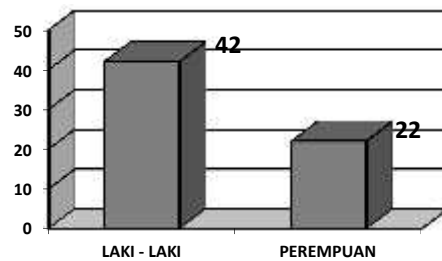
Deskripsi profil responden terdiri dari umur, jenis kelamin dan jabatan. Hal tersebut dimaksudkan untuk menjelaskan latar belakang responden yang menjadi sampel dalam penelitian ini. Berdasarkan kuesioner yang di sebarakan kepada para responden, maka di peroleh hasil data sebagai berikut:

a. Jenis Kelamin

Gambar V.1 : Diagram Pastel Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin



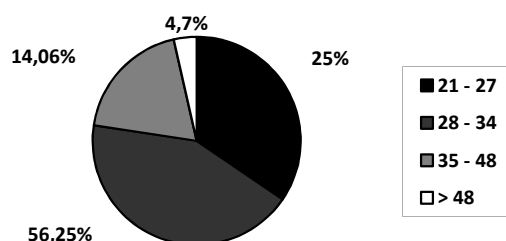
Gambar V.2 : Diagram Batang Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin



Dilihat dari karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin yang menjadi sampel dalam penelitian ini, seluruh Calon TKI yang sudah pernah bekerja ke luar negeri dan berkeinginan untuk melanjutkan atau menyambung kontrak kerja yang artinya harus berada di penampungan selama proses kepengurusan keberangkatan pada PT. Anadalan Mitra Prestasi cabang Tanjung Balai Karimun untuk dijadikan bagian dari penelitian ini, agar hasil penelitian dapat digeneralisir. Menurut jenis kelamin dapat dilihat bahwa responden pada umumnya adalah laki-laki 65,63% dengan jumlah 42 orang CTKI dan perempuan sebanyak 34,37% dengan jumlah 22 orang.

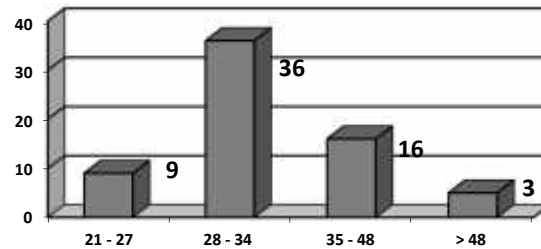
b. Umur Responden

Gambar V.3 : Diagram Pastel Karakteristik Responden Berdasarkan umur responden



Gambar V.4 : Diagram Batang

Karakteristik Responden Berdasarkan umur responden



Jadi dapat di ketahui bahwa responden yang berumur 21-27 tahun sebesar 14,06%. dengan jumlah 9 orang. Responden yang berumur 28-34 tahun sebesar 56,25% dengan jumlah 36 orang. Responden yang berumur 35-48 tahun sebesar 25% dengan jumlah 16 orang. Dan responden yang berumur lebih dari 48 tahun sebesar 4,7% dengan jumlah 3 orang . Sehingga dapat di simpulkan bahwa kebanyakan CTKI yang ada pada PT. Andalan Mitra Prestasi Cabang Tanjung Balai Karimun adalah berumur 28 – 34 orang.

V.2 Deskripsi Data

Hasil deskripsi data responden yakni variabel Dimensi kualitas layanan (X) yang terdiri dari Realibilitas (X_1), Responsifitas (X_2), Assurance (X_3), Empaty (X_4), dan Tangible (X_5) serta Tingkat kepuasan Calon TKI (Y) pada PT. Andalan Mitra Prestasi cabang Tanjung Balai Karimun, dapat dilihat pada Tabel di bawah ini:

Tabel V.1 : Statistic Deskriptif Responden

Descriptive Statistics								
	N	Range	Minimum	Maximum	Sum	Mean	Std. Deviation	Variance
Total x1	64	11	19	30	1686	26,34	3,030	9,182
Total x2	64	15	15	30	1631	25,48	3,305	10,920
Total x3	64	16	14	30	1579	24,67	2,755	7,589
Total x4	64	11	19	30	1616	25,25	2,840	8,063
Total x5	64	11	19	30	1660	25,93	3,146	9,901
Total y	64	9	21	30	1668	26,06	2,538	6,440

Sumber: Data Olahan Hasil Observasi dan Kuesioner, 2010 (lampiran 1)

V.2.1 Deskriptif Variabel Realibilitas (X_1)

Hasil deskriptif data variabel Realibilitas terdapat jumlah kasus 64 responden yang mengisi kuesioner. Diperoleh hasil untuk rentangan (range) = 11, skor minimum dari data = 19 dan skor maksimum dari data 30. Sedangkan jumlah keseluruhan (sum) sebesar 1686, rata-rata (mean) sebesar 26,34, simpangan baku (standar deviasi) = 3,030, dan tingkat penyebaran data (*variance*) = 9,182

Untuk mengetahui kategori jawaban responden tersebut masuk dalam kategori sangat setuju, setuju, kurang setuju, tidak setuju maupun sangat tidak setuju, maka langkah selanjutnya dianalisa dengan metode *Likert*.

- a. Menentukan besarnya skor kriterium ($\sum SK$)

$$\sum SK = \text{skor tertinggi tiap item} \times \text{jumlah item} \times \text{jumlah responden}$$

$$= 5 \times 6 \times 64 = 1920$$

- b. Jumlah skor hasil pengumpulan data (SH) atau SUM = 1686

- c. Mencari besarnya persentase (P)

$$P = \frac{\sum SH}{\sum SK} \times 100\%$$

$$P = \frac{1686}{1920} \times 100\% = 87,81\%$$

Dari hasil analisa deskriptif dengan melihat nilai mean skor maupun skor rata-rata tertimbang dan dari hasil distribusi persentase jawaban responden terhadap variabel Realibilitas sebesar 87,81% adalah termasuk dalam kategori setuju. Hal ini berarti tidak ada kesenjangan Realibilitas pada PT. Andalan Mitra Prestasi Cabang tanjung Balai karimun. Maka Variabel Realibilitas mempunyai peranan yang penting dalam meningkatkan kepuasan calon TKI.

Secara kontinum dapat dibuat kategori sebagai berikut:

0	384	768	1152	1536 1686	1920
1	2	3	4	5	
0 – 20%	21 – 40%	41 – 60%	61 – 80%	81 – 100%	
Sangat Tidak setuju	Tidak Setuju	kurang setuju	Setuju	Sangat Setuju	

V.2.2 Deskriptif Variabel Responsifitas (X₂)

Hasil deskriptif data variabel Responsifitas menunjukkan bahwa jumlah kasus 64 responden yang mengisi kuesioner. Diperoleh hasil untuk rentangan (range) = 15, skor minimum dari data = 19, dan skor maksimum dari data 30. Sedangkan jumlah keseluruhan (sum) sebesar 1631, rata-rata (mean) sebesar 25,48, simpangan baku (standar deviasi) = 3,305, dan tingkat penyebaran data

(variance) = 10,920.

Untuk mengetahui kategori jawaban responden tersebut masuk dalam kategori sangat setuju, setuju, kurang setuju, tidak setuju maupun sangat tidak setuju, maka langkah selanjutnya dianalisa dengan metode *Likert*.

- a. Menentukan besarnya skor kriterium ($\sum SK$)

$$\begin{aligned}\sum SK &= \text{skor tertinggi tiap item} \times \text{jumlah item} \times \text{jumlah responden} \\ &= 5 \times 6 \times 64 = 1920\end{aligned}$$

- b. Jumlah skor hasil pengumpulan data (SH) = 1631

- c. Mencari besarnya persentase (P)

$$P = \frac{\sum SH}{\sum SK} \times 100\%$$

$$P = \frac{1631}{1920} \times 100\% = 84,95\%$$

Dari hasil analisa deskriptif dengan melihat nilai mean skor maupun skor rata-rata tertimbang dan dari hasil distribusi persentase jawaban responden terhadap Responsivitas sebesar 84,95% adalah termasuk dalam kategori setuju. Hal ini berarti bahwa Responsivitas atau kesediaan dan keinginan para karyawan dalam membantu para calon TKI pada PT Andalan Mitra Prestasi Cabang Tanjung Balai Karimun termasuk sangat bagus.

Secara kontinum dapat dibuat kategori sebagai berikut:

0	384	768	1152	1536	1920
---	-----	-----	------	------	------

1631				
1	2	3	4	5
0 – 20%	21 – 40%	41 – 60%	61 – 80%	81 – 100%
Sangat Tidak setuju	Tidak Setuju	kurang setuju	Setuju	Sangat Setuju

V.2.3 Deskriptif Variabel Assurance (X₃)

Hasil deskriptif data variabel Assurance menunjukkan bahwa jumlah kasus 64 responden yang mengisi Kuesioner. Diperoleh hasil untuk rentangan (range) = 16, skor minimum dari data = 14, dan skor maksimum dari data 30. Sedangkan jumlah keseluruhan (sum) sebesar 1579, rata-rata (mean) sebesar 24,67, simpangan baku (standar deviasi) = 2,75, dan tingkat penyebaran data (*variance*) = 7,59.

Untuk mengetahui kategori jawaban responden tersebut masuk dalam kategori sangat setuju, setuju, kurang setuju, tidak setuju maupun sangat tidak setuju, maka langkah selanjutnya dianalisa dengan metode *Likert*.

- a. Menentukan besarnya skor kriterium ($\sum SK$)

$$\sum SK = \text{skor tertinggi tiap item} \times \text{jumlah item} \times \text{jumlah responden}$$

$$= 5 \times 6 \times 64 = 1920$$

- b. Jumlah skor hasil pengumpulan data (SH) = 1579

- c. Mencari besarnya persentase (P)

$$P = \frac{\sum SH}{\sum SK} \times 100\%$$

$$P = \frac{1579}{1920} \times 100\% = 82.24\%$$

Dari hasil analisa deskriptif dengan melihat nilai mean skor maupun skor rata-rata tertimbang dan dari hasil distribusi persentase jawaban responden terhadap variabel Assurance sebesar 82.24% adalah termasuk dalam kategori setuju. Hal ini berarti Assurance atau pengetahuan, kompetensi, kesopanan karyawan pada PT. Andalan Mitra Prestasi Cabang Tanjung Balai Karimun baik dimata para calon TKI.

Secara kontinum dapat dibuat kategori sebagai berikut:

0	384	768	1152	1536 1579	1920
1	2	3	4	5	
0 – 20%	21 – 40%	41 – 60%	61 – 80%	81 – 100%	
Sangat Tidak setuju	Tidak Setuju	kurang setuju	Setuju	Sangat Setuju	

V.2.4 Deskriptif Variabel Empaty (X_4)

Hasil deskriptif data variabel Empaty menunjukkan bahwa jumlah kasus 64 responden yang mengisi kuesioner. Diperoleh hasil untuk rentangan (range) = 11, skor minimum dari data = 19, dan skor maksimum dari data 30. Sedangkan jumlah keseluruhan (sum) sebesar 1616, rata-rata (mean) sebesar 25,25, simpangan baku (standar deviasi) = 2,84, dan tingkat penyebaran data (*variance*) = 8,06

Untuk mengetahui kategori jawaban responden tersebut masuk dalam kategori sangat setuju, setuju, kurang setuju, tidak setuju maupun sangat tidak setuju, maka langkah selanjutnya dianalisa dengan metode *Likert*.

- Menentukan besarnya skor kriterium ($\sum SK$)

$$\sum SK = \text{skor tertinggi tiap item} \times \text{jumlah item} \times \text{jumlah responden}$$

$$= 5 \times 6 \times 64 = 1920$$

b. Jumlah skor hasil pengumpulan data (SH) = 1616

c. Mencari besarnya persentase (P)

$$P = \frac{\sum SH}{\sum SK} \times 100\%$$

$$P = \frac{1616}{1920} \times 100\% = 84,17\%$$

Dari hasil analisa deskriptif dengan melihat nilai mean skor maupun skor rata-rata tertimbang dan dari hasil distribusi persentase jawaban responden terhadap variabel Empaty sebesar 84,17% adalah termasuk dalam kategori setuju. Hal ini berarti bahwa Empaty atau jalinan hubungan, komunikasi, perhatian dan pemahaman antara karyawan dan calon TKI pada PT. Andalan Mitra Prestasi cabang Tanjung Balai Karimun baik.

Secara kontinum dapat dibuat kategori sebagai berikut:

0	384	768	1152	1536 1616	1920
1	2	3	4	5	
0 – 20%	21 – 40%	41 – 60%	61 – 80%	81 – 100%	
Sangat Tidak setuju	Tidak Setuju	kurang setuju	Setuju	Sangat Setuju	

V.2.5 Deskriptif Variabel Tangible (X₅)

Hasil deskriptif data variabel Tangible menunjukkan bahwa jumlah kasus 64 responden yang mengisi kuesioner. Diperoleh hasil untuk rentangan (range) =

11, skor minimum dari data = 19, dan skor maksimum dari data 30. Sedangkan jumlah keseluruhan (sum) sebesar 1660, rata-rata (mean) sebesar 25,94, simpangan baku (standar deviasi) = 3,15, dan tingkat penyebaran data (*variance*) = 9,90

Untuk mengetahui kategori jawaban responden tersebut masuk dalam kategori sangat setuju, setuju, kurang setuju, tidak setuju maupun sangat tidak setuju, maka langkah selanjutnya dianalisa dengan metode *Likert*.

- a. Menentukan besarnya skor kriterium ($\sum SK$)

$$\begin{aligned}\sum SK &= \text{skor tertinggi tiap item} \times \text{jumlah item} \times \text{jumlah responden} \\ &= 5 \times 6 \times 64 = 1920\end{aligned}$$

- b. Jumlah skor hasil pengumpulan data (SH) = 1660

- c. Mencari besarnya persentase (P)

$$\begin{aligned}P &= \frac{\sum SH}{\sum SK} \times 100\% \\ P &= \frac{1660}{1920} \times 100\% = 86,46\%\end{aligned}$$

Dari hasil analisa deskriptif dengan melihat nilai mean skor maupun skor rata-rata tertimbang dan dari hasil distribusi persentase jawaban responden terhadap variabel Tangible sebesar 86,46% adalah termasuk dalam kategori setuju. Hal ini berarti bahwa Tangible atau fasilitasi penampungan dan kelengkapan perkantoran pada PT. Andalan Mitra Prestasi cabang Tanjung Balai Karimun dinilai baik.

Secara kontinum dapat dibuat kategori sebagai berikut:

0	384	768	1152	1536 1660	1920
1	2	3	4	5	
0 – 20%	21 – 40%	41 – 60%	61 – 80%	81 – 100%	
Sangat Tidak setuju	Tidak Setuju	kurang setuju	Setuju	Sangat Setuju	

V.2.6 Deskriptif Variabel Tingkat Kepuasan Calon TKI (Y)

Hasil deskriptif data variabel Tingkat Kepuasan Calon TKI menunjukkan bahwa jumlah kasus 64 responden yang mengisi angket. Diperoleh hasil untuk rentangan (range) = 9, skor minimum dari data = 21, dan skor maksimum dari data 30. Sedangkan jumlah keseluruhan (sum) sebesar 1668, rata-rata (mean) sebesar 26,06, simpangan baku (standar deviasi) = 2,54, dan tingkat penyebaran data (*variance*) = 6,44.

Untuk mengetahui kategori jawaban responden tersebut masuk dalam kategori sangat setuju, setuju, kurang setuju, tidak setuju maupun sangat tidak setuju, maka langkah selanjutnya dianalisa dengan metode *Likert*.

- a. Menentukan besarnya skor kriterium ($\sum SK$)

$$\sum SK = \text{skor tertinggi tiap item} \times \text{jumlah item} \times \text{jumlah responden}$$

$$= 5 \times 6 \times 64 = 1920$$

- b. Jumlah skor hasil pengumpulan data (SH) = 1668

- c. Mencari besarnya persentase (P)

$$P = \frac{\sum SH}{\sum SK} \times 100 \%$$

$$P = \frac{1668}{1920} \times 100\% = 86.87\%$$

Dari hasil analisa deskriptif dengan melihat nilai mean skor maupun skor rata-rata tertimbang dan dari hasil distribusi persentase jawaban responden terhadap variabel Tingkat Kepuasan calon TKI sebesar 86.87% adalah termasuk dalam kategori setuju. Hal ini berarti Tingkat Kepuasan calon TKI pada PT. Andalan Mitra Prestasi sangat baik.

Secara kontinum dapat dibuat kategori sebagai berikut:

0	384	768	1152	1536 1668	1920
1	2	3	4	5	
0 – 20%	21 – 40%	41 – 60%	61 – 80%	81 – 100%	
Sangat Tidak setuju	Tidak Setuju	kurang setuju	Setuju	Sangat Setuju	

Rekapitulasi hasil observasi dan kuesioner yang dicapai masing-masing variabel, dapat dilihat pada dibawah ini:

Tabel V.2 Rekapitulasi Hasil Observasi dan Kuesioner yang Dicapai Masing-Masing Variabel

Variabel	Skor yang dicapai	Skor maksimal	Persentase (%)
Realibilitas (X_1)	1660	1920	86,46%
Responsivitas (X_2)	1631	1920	84,95%
Assurance (X_3)	1579	1920	82,24%
Empaty (X_4)	1616	1920	84,17%
Tangible (X_5)	1660	1920	86,46%
Tingkat Kepuasan Calon TKI (Y)	1668	1920	88,87%

Sumber: Data Olahan Hasil Observasi dan Kuesioner, Dari tabel V.1 terlihat

bahwa persentase tertinggi adalah variabel Tingkat Kepuasan Calon TKI (Y) yaitu sebesar 88,87% dari skor maksimal 1920 dengan pencapaian skor total 1668, sedangkan terendah adalah variabel Assurance (X_3) yaitu sebesar 82,24% dari skor maksimal 1920 dengan pencapaian skor total sebesar 1579.

V.3 Hasil Uji Kualitas Data

V.3.1 Uji Validitas

Pengujian validitas dapat dikatakan valid jika *corrected item-total correlation* memiliki nilai kritis $>$ dari 0,3 atau 30%, sedangkan item yang memiliki korelasi $<$ 30% dikategorikan tidak valid dan akan disisihkan dari analisis selanjutnya. Uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau valid tidaknya kuesioner. Suatu kuesioner dikatakan valid jika pertanyaan pada kuesioner mampu untuk mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut (Ghozali, 2005).

Tabel V.3 : Hasil Uji Validitas Variabel (X1) atau Reliabilitas.

	Corrected Item-Total Correlation	Kesimpulan
x1.1	0.527	Valid
x1.2	0.593	. Valid
x1.3	0.821	Valid
x1.4	0.769	Valid
x1.5	0.804	Valid
x1.6	0.810	Valid

Sumber : Pengolahan Data Hasil Penelitian 2012(lampiran 1)

Hasil uji validitas pada (X₁) Realibilitas terlihat bahwa semua item variabel telah memenuhi syarat validitas karena semua item variabel memiliki *corrected Item-total correlation* $>$ 0,30 atau lebih besar dari 0,30 maka butir-butir pertanyaan telah valid, sehingga tidak perlu diuji kembali validitasnya.

Tabel V.4 : Hasil Uji Validitas Variabel (X2) atau Responsifitas.

Item Variabel	<i>Corrected Item-Total Correlation</i>	Kesimpulan
x2.1	0.463	Valid
x2.2	0.671	. Valid
x2.3	0.872	Valid
x2.4	0.796	Valid
x2.5	0.557	Valid
x2.6	0.799	Valid

Sumber : Data Primer yang diolah, 2012 (lampiran 2)

Dari hasil (X₂) atau Responsifitas uji validitas ini semua item variabel telah memenuhi syarat validitas karena semua item variabel memiliki *corrected Item-total correlation* > 0,30 atau lebih besar dari 0,30 maka butir-butir pertanyaan telah valid, sehingga tidak perlu diuji kembali validitasnya.

Tabel V.5 : Hasil Uji Validitas Variabel (X3) atau Assurance.

Item Variabel	<i>Corrected Item-Total Correlation</i>	Kesimpulan
x3.1	0.668	Valid
x3.2	0.775	. Valid

x3.3	0.771	Valid
x3.4	0.771	Valid
x3.5	0.610	Valid
x3.6	0.844	Valid

Sumber : Data Primer yang diolah, 2012 (lampiran 3)

Setelah hasil uji validitas tahap ketiga pada variabel (X_3) atau Assurance terlihat bahwa semua item variabel ini telah memenuhi syarat validitas karena memiliki *corrected Item-total correlation* $> 0,30$ sehingga tidak perlu diuji kembali validitasnya.

Tabel V.6 : Hasil Uji Validitas Variabel (X_4) atau Empaty.

Item Variabel	<i>Corrected Item-Total Correlation</i>	Kesimpulan
x4.1	0.702	Vailid
x4.2	0.695	Vailid
x4.3	0.744	Vailid
x4.4	0.664	Vailid
x4.5	0.454	Vailid
x4.6	0.514	Vailid

Sumber : Data Primer yang diolah, 2012 (lampiran 4)

Dari hasil (X_4) atau Empaty uji validitas ini semua item variabel telah memenuhi syarat validitas karena semua item variabel memiliki *corrected Item-total correlation* $> 0,30$ atau lebih besar dari 0,30 maka butir-butir pertanyaan telah valid, sehingga tidak perlu diuji kembali validitasnya.

Tabel V.7 : Hasil Uji Validitas Variabel (X_5) atau Tangible.

Item Variabel	<i>Corrected Item-Total</i>	Kesimpulan
---------------	-----------------------------	------------

	<i>Correlation</i>	
x5.1	0.521	Valid
x5.2	0.577	Valid
x5.3	0.828	Valid
x5.4	0.751	Valid
x5.5	0.787	Valid
x5.6	0.823	Valid

Sumber : Data Primer yang diolah, 2012 (lampiran 5)

Dari hasil (X_5) atau Tangible uji validitas ini semua item variabel telah memenuhi syarat validitas karena semua item variabel memiliki *corrected Item-total correlation* $> 0,30$ atau lebih besar dari 0,30 maka butir-butir pertanyaan telah valid, sehingga tidak perlu diuji kembali validitasnya.

Tabel V.9 : Hasil Uji Validitas Variabel (Y) atau Kepuasan Calon TKI.

Item Variabel	<i>Corrected Item-Total Correlation</i>	Kesimpulan
y.1	0.714	Valid
y.2	0.524	Valid
y.3	0.764	Valid
y.4	0.702	Valid
y.5	0.566	Valid
y.6	0.661	Valid

Sumber : Pengolahan Data Hasil Penelitian 2012(lampiran 6)

Hasil uji validitas pada variabel (Y) atau kepuasan Calon TKI terlihat bahwa semua item variabel telah memenuhi syarat validitas karena memiliki *corrected Item-total correlation* $> 0,30$ atau butir-butir pertanyaan telah valid, sehingga tidak perlu diuji kembali validitasnya.

V.3.2 Uji Reliabilitas

Pengujian reliabilitas ini menggunakan *Cronbach Alpha* dengan taksiran batasan minimal 0,60 (Ghozali, 2005). Berikut ini menerangkan hasil pengujian reliabilitas untuk setiap variabel dalam penelitian ini.

Tabel V.10 : Hasil Uji Reliabilitas Variabel (X1) atau Reabilitas

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.801	7

Sumber : Pengolahan Data Hasil Penelitian 2012(lampiran 7)

Setelah dilakukan pengujian reliabilitas pada variabel Reabilitas terlihat bahwa koefisien reliabilitas instrument perbaikan terus-menerus memenuhi syarat untuk reliabilitas karena memiliki *Cronbach Alpha* > dari 0,60 atau diatas 60 % yaitu menunjukkan nilai *cronbach alpha* 0,801 maka variabel ini sudah reliabel.

Tabel V.11 : Hasil Uji Reliabilitas Variabel (X₂) Responsifitas.

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.797	7

Sumber : Pengolahan Data Hasil Penelitian 20122(lampiran 8)

Pengujian reliabilitas pada variabel keterlibatan semua orang telah memenuhi syarat untuk reliabilitas karena *Cronbach's Alpha* > 60% atau diatas 0,60. Nilai dari *Cronbach's Alpha* yaitu 0,797 Sehingga variabel X₂ telah reliabel.

Tabel V.12 : Hasil Uji Reliabilitas (X₃) atau Assurance.

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.803	7

Sumber : Pengolahan Data Hasil Penelitian 2012(lampiran 9)

Pengujian reliabilitas variabel Assurance mempunyai nilai Cronbach's Alpha 0,803 terlihat bahwa koefisien reliabilitas variabel ini memenuhi syarat untuk reliabilitas karena memiliki *Cronbach's Alpha* > 60% atau lebih besar dari 0,60 maka variabel ini telah reliabel.

Tabel V.13 : Hasil Uji Reliabilitas (X₄) atau Empaty

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.824	6

Sumber : Pengolahan Data Hasil Penelitian 2012(lampiran 10)

Setelah dilakukan pengujian reliabilitas pada variabel (X₄) atau Empaty telah memenuhi syarat untuk reliabilitas karena *Cronbach's Alpha* > 60% atau diatas 0,60. Nilai dari *Cronbach's Alpha* yaitu 0,824 dapat di simpulkan bahwa variabel ini telah reliabel.

Tabel V.14 : Hasil Uji Reliabilitas (X₅) atau Tangible

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.800	7

Sumber : Pengolahan Data Hasil Penelitian 2012(lampiran 11)

Setelah dilakukan pengujian reliabilitas pada variabel (X_5) atau Tangible orang telah memenuhi syarat untuk reliabilitas karena *Cronbach's Alpha* > 60% atau diatas 0,60. Nilai dari *Cronbach's Alpha* yaitu 0,800 dapat di simpulkan bahwa variabel ini telah reliable.

Tabel V.15 : Hasil Pre Test Uji Reliabilitas Variabel (Y) atau Kepuasan Calon TKI

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.792	7

Sumber : Pengolahan Data Hasil Penelitian 2012(lampiran 12)

Uji reliabilitas pada variabel kinerja karyawan terlihat bahwa koefisien reliabilitas instrument Kepuasan Calon TKI memenuhi syarat untuk reliabilitas karena memiliki *cronbach alpha* > dari 0,60 atau diatas 60 % yaitu menunjukkan *cronbach alpha* 0,792 sehingga variabel kepuasan Calon TKI sudah reliabel.

V.3.3 Uji Normalitas

Uji normalitas adalah langkah awal yang harus dilakukan, untuk menguji

normalitas data digunakan uji Kolmogorov-Smirnov, kriteria yang digunakan adalah jika masing-masing variabel menghasilkan nilai K-S-Z dengan $P > 0,05$ maka dapat disimpulkan bahwa masing-masing data pada variabel yang diteliti terdistribusi secara normal (Ghozali, 2005). Hasil uji normalitas disajikan sebagai berikut:

Tabel V.16 : Hasil Uji Normalitas (Uji Kolmogorov-Smirnov)

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test							
		totaly	totalx1	totalx2	totalx3	totalx4	totalx5
N		64	64	64	64	64	64
Normal Parameters ^a	Mean	26.06	26.34	25.48	24.67	25.25	25.9375
	Std. Deviation	2.538	3.030	3.305	2.755	2.840	3.14655
Most Extreme Differences	Absolute	.144	.161	.160	.247	.176	.150
	Positive	.137	.114	.089	.206	.176	.098
	Negative	-.144	-.161	-.160	-.247	-.093	-.150
Kolmogorov-Smirnov Z		1.153	1.286	1.284	1.979	1.406	1.201
Asymp. Sig. (2-tailed)		.140	.073	.074	.001	.038	.112
a. Test distribution is Normal.							

Sumber : Pengolahan Data Hasil Penelitian 2012(lampiran 13)

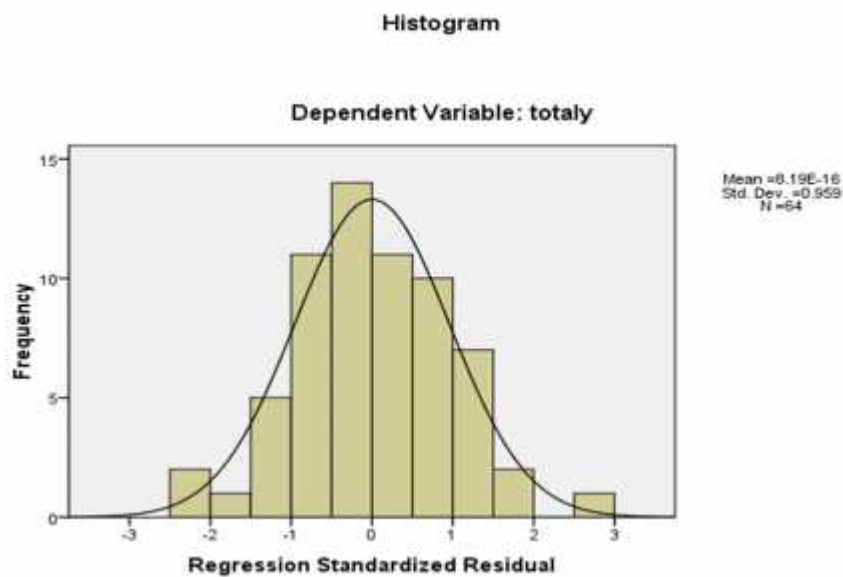
Tabel V.15 menunjukan nilai K-S-Z untuk variabel Kepuasan calon TKI (Y) adalah sebesar 1,53 dengan signifikansi sebesar 0,140. Nilai K-S-Z untuk variabel Reabilitas (X_1) adalah sebesar 1,286 dengan signifikansi sebesar 0,073. Nilai K-S-Z untuk variabel Responsifitas (X_2) adalah sebesar 1,284 dengan signifikansi sebesar 0,74. Nilai K-S-Z untuk variabel Assurance (X_3) adalah sebesar 1,979 dengan signifikansi sebesar 0,001. Nilai K-S-Z untuk variabel Empaty (X_4) adalah sebesar 1,406 dengan signifikansi sebesar 0,038. Nilai K-S-Z untuk variabel Tangible (X_5) adalah sebesar 1,201 dengan signifikansi sebesar

0,112.

Probabilitas Signifikansi K-S-Z untuk diatas $P = 0,05$ maka variabel Kepuasan calon TKI, Reabilitas, Responsifitas, Assurance, Empaty, dan Tangible, Secara statistik telah terdistribusi secara normal dan layak digunakan sebagai data penelitian.

Selanjutnya berdasarkan gambar 5.5 dibawah ini menunjukkan pola distribusi normal didalam regresi untuk memenuhi asumsi normalitas.

Gambar V.5 : Distribusi Normalitas



V.4 Analisis Uji Asumsi Klasik

V.4.1 Uji Multikolenearitas

Uji multikoleniaritas dilakukan untuk mengetahui apakah pada model regresi terdapat korelasi antar variabel independen dengan variabel dependen. Model regresi yang baik yaitu apabila bebas dari multikoleniaritas. Model regresi dikatakan bebas multikoleniaritas jika Variance Inflation Factor (VIF) kurang dari 5 dan mempunyai nilai toleransi kurang dari 1 (Ghozali, 2001:91). Hasil uji multikoleniaritas dapat dilihat pada tabel dibawah ini:

Tabel V.17 : Hasil Uji Multikoleniaritas

Variabel	Tolentrance	VIF	Keterangan
Reabilitas (X1)	0,319	3,132	Bebas
Responsifitas (X2)	0,791	1,264	Bebas
Assurance (X3)	0,805	1,242	Bebas
Empaty (X4)	0,753	1,327	Bebas
Tangible (X5)	0,340	2.938	Bebas

Sumber : Pengolahan Data Hasil Penelitian 2012(lampiran 14)

Pada tabel V.17 terlihat bahwa variabel Reabilitas nilai tolerance 0,319 dan nilai VIF 3,132, Responsifitas mempunyai nilai tolerance 0,791 dan nilai VIF 1,264, variabel Assurance nilai tolerance 0,805 dan nilai VIF 1,242. variabel Empaty memiliki nilai tolerance 0,753 dan nilai VIF 1,327. Variabel dan Tangible memiliki nilai tolerance 0,340 dan nilai VIF 2.938 sehingga dapat disimpulkan bahwa semua variabel independen bebas dari multikolinearitas dan layak untuk digunakan dikarenakan nilai tolerannya tidak melebihi angka 1 dan nilai VIF tidak melebihi 5.

V.4.2 Uji Autokolerasi

Untuk mendeteksi autokorelasi dapat dilakukan dengan melihat angka

Durbin Watson. Secara umum bisa dilihat dari:

1. Jika angka DW dibawah -2 berarti ada autokorelasi positif
2. Jika angka DW dari -2 sampai +2 berarti tidak ada autokorelasi
3. Jika angka DW diatas +2 berarti ada autokorelasi negatif (Ghozali, 2001)

Tabel V.18 : Hasil Uji Autokolerasi

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Change Statistics					Durbin-Watson
					R Square Change	F Change	df1	df2	Sig. F Change	
1	.463 ^a	.214	.147	2.344	.214	3.167	5	58	.014	1.870

Sumber : Pengolahan Data Hasil Penelitian 2012(lampiran 15)

Pada tabel V.18 terlihat bahwa angka Durbin Watson berada pada kurang dari angka 2 yaitu sebesar 1,880 yang berarti tidak ada autokorelasi. Dan dapat disimpulkan bahwa regresi ini baik karena bebas dari autokorelasi.

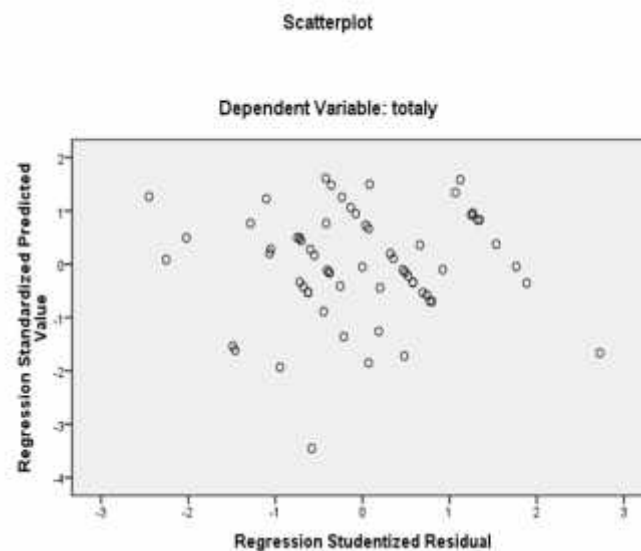
V.4.3 Uji Heteroskedastisitas

Jika ada pola tertentu seperti titik-titik (poin) yang ada membentuk suatu tertentu yang teratur (bergelombang, melebar, kemudian menyempit) maka telah terjadi heteroskedastisitas dan Jika tidak ada pola yang jelas, serta titik-titik yang menyebar diatas dan dibawah angka 0 pada sumbu Y, maka terjadi heteroskedastisitas jadi jika grafik diatas terlihat titik-titik menyebar secara acak, tidak membentuk suatu pola tertentu yang jelas serta tersebar baik diatas maupun dibawah angka 0 pada sumbu Y. Hal ini berarti tidak terjadi heteroskedastisitas pada model regresi ini, sehingga model regresi layak pakai

Untuk mendeteksi heteroskedastisitas dapat melihat grafik Scatterplot,

deteksinya dengan melihat ada tidaknya pola tertentu pada grafik dimana sumbu X dan Y menyebar diatas dan dibawah angka 0 di sumbu Y pada gambar V.2. Dapat di lihat bahwa masing masing-masing variabel yang di gunakan pada penelitian ini bebas heteroskedastisitas.

Gambar V.6 : Scatterplot (Uji Heteroskedastisitas)



Sumber : Pengolahan Data Hasil Penelitian 2012(lampiran 16)

V.5 Hasil Pengujian Hipotesis

Di dalam pengolahan data untuk memperoleh kesimpulan dari analisis ini maka terlebih dahulu di lakukan pengujian hipotesis yang di lakukan secara Simultan (uji F) dan secara menyeluruh atau Parsial (Uji t) setelah melewati beberapa pengujian menggunakan SPSS 16.

V.5.1 Pengujian Variabel Secara Simultan (Uji F)

Tabel V.19 : Hasil Uji Simultan (F)

ANOVA^b

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	87.023	5	17.405	3.167	.014 ^a
	Residual	318.727	58	5.495		
	Total	405.750	63			

Sumber : Pengolahan Data Hasil Penelitian 2011(lampiran 17)

Realibilitas, Responsifitas, Assurance, Empaty, dan Tangible berpengaruh terhadap Kepuasan Calon TKI Pada tabel V.21 hasil regresi menunjukkan bahwa:

F_{hitung} sebesar 3.167

F_{tabel} sebesar 2.36

$F_{hitung} > F_{tabel}$ maka H_0 diterima

Diperoleh nilai probabilitas (*p value*) dari variabel Realibilitas, Responsifitas, Assurance, Empaty, dan Tangible sebesar 0,014, Karena angka ini lebih kecil dari $\alpha = 5\%$ atau *p value* $< 0,05$. Maka model ini layak untuk digunakan.

Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa variabel Realibilitas, Responsifitas, Assurance, Empaty, dan Tangible secara bersama-sama berpengaruh terhadap Kepuasan Calon TKI.

V.5.2 Pengujian Variabel Secara Parsial (Uji t)

Pengujian variabel independen secara parsial dilakukan untuk mengetahui pengaruh masing-masing faktor-faktor Realibilitas, Responsifitas, Assurance, Empaty, dan Tangible terhadap Kepuasan Calon TKI. Dengan tingkat keyakinan 95% dan pengujian dua arah (*Two tail test*) tingkat signifikansi ditentukan sebesar 5% atau $\alpha < 0,05$ dengan *degree of freedom* (df) = n – k. Jika

$t_{hitung} < t_{tabel}$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima. Berarti variabel independen secara individual memiliki pengaruh signifikan terhadap variabel independen.

Untuk membuktikan hipotesis secara parsial digunakan uji t yaitu untuk mengetahui besarnya pengaruh masing-masing variabel bebas secara parsial atau sendiri-sendiri dalam menjelaskan variabel terikatnya sehingga diketahui variabel mana yang paling dominan mempengaruhi variabel terikatnya yaitu Kinerja karyawan dari empat variabel bebas yang diteliti dalam penelitian ini. Untuk mengetahui apakah pengaruh tersebut signifikan atau tidak diukur dari nilai t_{hitung} atau t_{ratio} dari masing-masing variabel independen (variabel bebas). Jika t_{hitung} lebih besar dari t_{tabel} berarti pengaruh tersebut signifikan. Dan jika t_{hitung} lebih kecil dari t_{tabel} berarti pengaruh tersebut tidak signifikan. Uji statistik tersebut dapat menghasilkan suatu variabel berpengaruh positif dan signifikan, berpengaruh positif tetapi tidak signifikan, berpengaruh negatif tetapi tidak signifikan.

Tabel V.20 : Hasil Uji Parsial (t)

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t_{hitung}	t_{tabel}	Sig.
	B	Std. Error	Beta			
(Constant)	16.905	3.756		4.501		.000
totalx1	-.216	.172	-.258	-1.251	2.001	.216
totalx2	.168	.100	.218	1.669	2.001	.100
totalx3	-.152	.119	-.165	-1.273	2.001	.208
totalx4	.220	.120	.246	1.833	2.001	.072
totalx5	.338	.161	.419	2.103	2.001	.040
R : 0.463 ^a R square : 0.214 F : 3.167 Sig : 0.000						

Sumber : Pengolahan Data Hasil Penelitian 20122(lampiran 18)

a. Adanya pengaruh yang signifikan antara Realibilitas terhadap Kepuasan Calon TKI

Dari Tabel V.20 diatas maka dapat dibuktikan kebenaran hipotesis yang diajukan secara parsial.

Langkah-langkah pengujiannya:

1) Menentukan hipotesis

$H_0 : b_1 = 0$: Artinya: secara parsial variabel Realibilitas tidak mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap kinerja karyawan pada PT. Andalan Mitra Prestasi Cabang Tanjung Balai Karimun.

$H_a : b_1 \neq 0$: Artinya: secara parsial variabel Realibilitas mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap kinerja karyawan pada PT. Andalan Mitra Prestasi Cabang Tanjung Balai Karimun.

2) Menghitung harga statistik

Dari hasil analisis regresi yang dapat dilihat pada Tabel V.19 diatas, diperoleh t_{hitung} sebesar -1,251, pada tingkat signifikan $0,05 : 2 = 0,25$ (uji dua sisi) dengan derajat kebebasan df (*degree of freedom*) $= n - k - 1 = 64 - 5 - 1 = 58$ di peroleh t_{tabel} sebesar 2,001

3) Kesimpulan

Karena $t_{hitung} = -1,251 < t_{tabel} = 2,001$, yang artinya bahwa secara parsial Realibilitas mempunyai pengaruh yang negatif tetapi tidak signifikan terhadap kinerja karyawan pada PT. Andalan Mitra Prestasi Cabang Tanjung Balai

Karimun.

b. Adanya pengaruh yang signifikan antara Responsifitas terhadap Kepuasan Calon TKI.

Langkah-langkah pengujiannya:

1) Menentukan hipotesis

$H_0 : b_2 = 0$: Artinya: secara parsial variabel keterlibatan semua orang tidak mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap kinerja karyawan pada PT. Andalan Mitra Prestasi Cabang Tanjung Balai Karimun.

$H_a : b_2 \neq 0$: Artinya: secara parsial variabel keterlibatan semua orang mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap kinerja karyawan pada PT. Perkebuna Nusantara V Pekanbaru.

2) Menghitung harga statistik

Dari hasil analisis regresi yang dapat dilihat pada Tabel V.19 diatas, diperoleh t_{hitung} sebesar 1,669, dengan t_{tabel} sebesar 2,001

3) Kesimpulan

Karena $t_{hitung} = 1,669 < t_{tabel} = 2,001$, yang artinya bahwa secara parsial Responsifitas mempunyai pengaruh yang positif tetapi tidak signifikan terhadap kepuasan calon TKI pada PT. Andalan Mitra Prestasi Cabang Tanjung Balai Karimun.

c. Adanya pengaruh yang signifikan antara Assurance terhadap Kepuasan

Calon TKI.

Langkah-langkah pengujiannya:

1) Menentukan hipotesis

$H_0 : b_3 = 0$: Artinya: secara parsial variabel Assurance tidak mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap Kepuasan Calon TKI pada PT. Andalan Mitra Prestasi Cabang Tanjung Balai Karimun.

$H_a : b_3 \neq 0$: Artinya: secara parsial variabel Assurance mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap kinerja karyawan pada PT. Andalan Mitra Prestasi Cabang Tanjung Balai Karimun.

2) Menghitung harga statistik

Dari hasil analisis regresi yang dapat dilihat pada Tabel V.19 diatas, diperoleh t_{hitung} sebesar -1,273, dengan t_{tabel} sebesar 2,001.

3) Kesimpulan

Karena $t_{hitung} = -1,273 < t_{tabel} = 2,001$, yang artinya bahwa secara parsial Assurance mempunyai pengaruh yang negatif dan tidak signifikan terhadap kepuasan Calon TKI pada PT. Andalan Mitra Prestasi Cabang Tanjung Balai Karimun.

d. Adanya pengaruh yang signifikan antara Empaty terhadap Kepuasan Calon TKI.

Langkah-langkah pengujiannya:

1) Menentukan hipotesis

$H_0 : b_2 = 0$: Artinya: secara parsial variabel keterlibatan semua orang tidak mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap kinerja karyawan pada PT. Andalan Mitra Prestasi Cabang Tanjung Balai Karimun.

$H_a : b_2 \neq 0$: Artinya: secara parsial variabel keterlibatan semua orang mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap kinerja karyawan pada PT. Perkebuna Nusantara V Pekanbaru.

2) Menghitung harga statistik

Dari hasil analisis regresi yang dapat dilihat pada Tabel V.19 diatas, diperoleh t_{hitung} sebesar 1,833, dengan t_{tabel} sebesar 2,001

3) Kesimpulan

Karena $t_{hitung} = 1,833 < t_{tabel} = 2,001$, yang artinya bahwa secara parsial Responsifitas mempunyai pengaruh yang positif tetapi tidak signifikan terhadap kepuasan calon TKI pada PT. Andalan Mitra Prestasi Cabang Tanjung Balai Karimun.

e. Adanya pengaruh yang signifikan antara variabel Tangible terhadap kepuasan Calon TKI

Langkah-langkah pengujiannya:

1) Menentukan hipotesis

$H_0 : b_4 = 0$: Artinya: secara parsial variabel Tangible tidak mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap kinerja karyawan pada PT. Andalan Mitra Prestasi Cabang Tanjung Balai Karimun.

$H_a : b_4 \neq 0$: Artinya: secara parsial variabel Tangible mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan calon TKI pada PT. Andalan Mitra Prestasi Cabang Tanjung Balai Karimun.

2) Menghitung harga statistik

Dari hasil analisis regresi yang dapat dilihat pada Tabel V.19 diatas, diperoleh t_{hitung} sebesar 2.103, dengan t_{tabel} sebesar 2,001.

3) Kesimpulan

Karena $t_{hitung} = 2,103 > t_{tabel} = 2,001$, yang artinya bahwa secara parsial Tangible mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan terhadap kepuasan Calon TKI pada PT. Andalan Mitra Prestasi Cabang Tanjung Balai Karimun.

V.5.3 Regresi Linear Berganda

Penggunaan teknik analisis data Regresi Linier Berganda (*multiple regression analysis*) pada penelitian ini dimaksudkan untuk mencari pengaruh

Kualitas layanan yang terdiri dari variable Realibilitas (X_1), Responsifitas (X_2), Assurance (X_3), Empaty (X_4), dan tangible (X_5) terhadap variabel terikat yaitu Kepuasan Calon TKI (Y) dengan persamaan matematis sebagai berikut:

Tabel V.21 : Regresi Linear Berganda

Model	Unstandardized Coefficients	Standardized Coefficients
	B	Beta
1 (Constant)	16.905	
TOTALX1	-.216	-.258
TOTALX2	.168	.218
TOTALX3	-.152	-.165
TOTALX4	.220	.246
TOTALX5	.338	.419

Sumber : Pengolahan Data Hasil Penelitian 2011(lampiran 19)

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + b_4X_4 + b_5X_5 + e$$

$$Y = 16,905 - 0,216X_1 + 0,168X_2 - 0,152 X_3 + 0,220X_4 + 0,338 + e$$

- Nilai konstant sebesar 16,905 satuan menunjukkan peningkatan kepuasan calon TKI jika variabel kualitas layanan yang terdiri dari variabel Reliabilitas, responsifitas, Assurance, Empaty, dan Tangible dianggap konstan (*ceteris paribus*), maka Kepuasan calon TKI adalah sebesar 16,905.
- Koefisien regresi variabel Responsifitas (X_2) = 0,17 ini menunjukkan besarnya pengaruh variabel tersebut terhadap Kepuasan Calon TKI (Y). Tanda positif menunjukkan koefisien arah hubungan yang positif. Dengan arti setiap ada kenaikan pada variabel Responsifitas (X_2) sebesar satu satuan,

maka Kepuasan Calon TKI (Y) akan meningkat sebesar 0,17 satuan, dengan anggapan bahwa variabel yang lain *ceteris paribus* (konstan).

- c. Koefisien regresi variabel Empaty (X_4) = 0,22 ini menunjukkan besarnya pengaruh variabel tersebut terhadap Kepuasan Calon TKI (Y). Tanda positif menunjukkan koefisien arah hubungan yang positif. Dengan arti setiap ada kenaikan pada variabel Empaty (X_2) sebesar satu satuan, maka Kepuasan Calon TKI (Y) akan meningkat sebesar 0,22 satuan, dengan anggapan bahwa variabel yang lain *ceteris paribus* (konstan).
- d. Koefisien regresi variabel Tangible (X_5) = 0,34 ini menunjukkan besarnya pengaruh variabel tersebut terhadap Kepuasan Calon TKI (Y). Tanda positif menunjukkan koefisien arah hubungan yang positif. Dengan arti setiap ada kenaikan pada variabel Tangible (X_5) sebesar satu satuan, maka Kepuasan Calon TKI (Y) akan meningkat sebesar 0,34 satuan, dengan anggapan bahwa variabel yang lain *ceteris paribus* (konstan).

Berdasarkan pada *Unstandardized Coefficients Beta* pada Tabel V.21 di atas, dari ke lima variabel independen yang dimasukkan kedalam model regresi, variabel Realibilitas dan Assurance tidak signifikan, dengan probabilitas signifikansi $> 0,05$. Sehingga dapat disimpulkan variabel kepuasan calon TKI pada PT. Andalan Mitra Prestasi Cabang Tanjung Balai Karimun. dipengaruhi oleh Responsifitas, Empaty dan Tangible.

Selanjutnya dari *Standardized Coefficients Beta* pada Tabel V.20 di atas diperoleh besaran pengaruh variabel Responsifitas, Empaty, dan Tangible secara parsial terhadap kepuasan calon TKI pada PT. Andalan Mitra Prestasi Cabang

Tanjung Balai Karimun yaitu sebagai berikut:

- a. Variabel Responsivitas (X_2) secara parsial berpengaruh secara signifikan terhadap Kepuasan Calon TKI pada PT. Andalan Mitra Prestasi Cabang Tanjung Balai Karimun sebesar 21,8%.
- b. Variabel Empaty (X_4) secara parsial berpengaruh secara signifikan terhadap Kepuasan Calon TKI pada PT. Andalan Mitra Prestasi Cabang Tanjung Balai Karimun sebesar 24,6%.
- c. Variabel Tangible (X_5) secara parsial berpengaruh secara signifikan terhadap Kepuasan Calon TKI pada PT. Andalan Mitra Prestasi Cabang Tanjung Balai Karimun sebesar 41,9%.

Sehingga dapat disimpulkan bahwa Tangible paling mempengaruhi Kepuasan calon TKI pada PT. Andalan Mitra Prestasi Cabang Tanjung Balai Karimun yaitu sebesar 41,9%.

V.5.4 Koefisien Determinasi

Koefisiendeterminasi pada intinya adalah mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen (Ghazali: 2005, 45) dalam Agustino (2010:60)

Tabel V.22 : Koefisien Determinasi

Model	R	R Square	Adjusted R Square
1	.463 ^a	.214	.147

Sumber : Pengolahan Data Hasil Penelitian 2012(lampiran20)

Uji ini bertujuan untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam

menerangkan variasi variabel dependen. Nilai koefisien determinasi adalah antara nol dan satu. Nilai yang mendekati satu berarti variabel-variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel dependen.

Pada Tabel V.22 diatas diperoleh angka korelasi berganda (R) sebesar 0,463, yang menunjukkan bahwa 46,3% hubungan antara Kualitas Layanan yang terdiri dari variabel Realibilitas, Responsifitas, Assurance, Empaty, dan Tangible terhadap Kepuasan calon TKI pada PT. Andalan Mitra Prestasi Cabang Tanjung Balai Karimun memiliki hubungan yang cukup berarti. Jadi dapat disimpulkan bahwa Kualitas yang terdiri dari variabel Realibilitas, Responsifitas, Assurance, Empaty, dan Tangible secara bersama-sama mempunyai pengaruh yang cukup berarti terhadap kepuasan calon TKI pada PT. Andalan Mitra Prestasi Cabang Tanjung Balai Karimun.

Selanjutnya angka Adjusted R square ($\text{Adj } R^2$) adalah sebesar 0,214, menunjukkan bahwa 21,4% terhadap Kepuasan Calon TKI pada PT. Andalan Mitra Prestasi Cabang Tanjung Balai Karimun dapat diterangkan dengan Kualitas Layanan yang terdiri dari variabel Realibilitas, Responsifitas, Assurance, Empaty, dan Tangible, sedangkan sisanya 78,6% dapat diterangkan oleh variabel lain yang tidak diteliti pada penelitian ini.

BAB VI

KESIMPULAN DAN SARAN

6.1. Kesimpulan

Tujuan penelitian ini adalah untuk menguji seberapa besar Kualitas Layanan yang diantaranya Realibilitas, Responsifitas, Assurance, Empaty, dan Tangible mempengaruhi Kepuasan Calon TKI. Hasil penelitian terhadap model dan pengujian hipotesis yang diajukan dalam penelitian menghasilkan beberapa kesimpulan sebagai berikut.

- 1) Secara umum hasil pengujian validitas dan reliabilitas item pernyataan penelitian telah memberikan hasil yang baik. Pengujian validitas terhadap seluruh item pernyataan dengan menggunakan *corrected item-total correlation* menunjukkan bahwa item-item pernyataan dinyatakan valid. Koefisien reliabilitas menunjukkan nilai *cronbach's alpha* untuk (X_1 0,801), (X_2 0,797), (X_3 0,803), (X_4 0,824), dan (X_5 0,800).
- 2) Normalitas rata-rata jawaban responden yang menjadi data dalam penelitian ini dilihat dari Kolmogorov-Smirnov yang menunjukkan bahwa jawaban responden terdistribusi secara normal.
- 3) Dalam uji t atau parsial dengan tingkat keyakinan 95% dan pengujian dua arah (*Two tail test*) tingkat signifikansi ditentukan sebesar 5% atau $< 0,05$ dengan *degree of freedom* (df) = $n - k$. Jika $t_{hitung} < t_{tabel}$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima. Berarti variabel independen secara individual memiliki pengaruh

signifikan terhadap variabel independen. Dalam pengujian ini maka didapatkan :

- a. Hasil regresi secara parsial dalam penelitian ini menunjukkan variabel Realibilitas mempunyai nilai $t_{hitung} = -1,251$ lebih kecil dari $t_{tabel} = 2,001$ dengan signifikan 0,216 (besar dari $= 0,05$). Berdasarkan asumsi tersebut maka H_a di tolak. Hal ini menunjukkan bahwa Reabilitas tidak berpengaruh secara signifikan terhadap Kepuasan Calon TKI pada PT. Andalan Mitra Prestasi Cabang Tanjung Balai Karimun.
- b. Hasil regresi secara parsial dalam penelitian ini menunjukkan bahwa Variabel Responsifitas mempunyai nilai $t_{hitung} = 1,669$ lebih kecil dari $t_{tabel} = 2,001$ dengan signifikasi 0,100 (besar dari $= 0,05$). Berdasarkan asumsi tersebut maka H_a di tolak. Hal ini menunjukkan bahwa hubungan keterlibatan semua orang tidak berpengaruh secara signifikan terhadap Kepuasan Calon TKI pada PT. Andalan Mitra Prestasi Cabang Tanjung Balai Karimun.
- c. Hasil regresi secara parsial dalam penelitian ini menunjukkan Variabel Assurance nilai $t_{hitung} = -1,273$ lebih kecil dari $t_{tabel} = 2,001$ dengan signifikan 0,208 (besar dari $= 0,05$). Berdasarkan asumsi tersebut maka H_a ditolak. Hal ini menunjukkan Assurance tidak berpengaruh secara signifikan terhadap Kepuasan Calon TKI pada PT. Andalan Mitra Prestasi Cabang Tanjung Balai Karimun.
- d. Hasil regresi secara parsial dalam penelitian ini menunjukkan Variabel Empaty nilai $t_{hitung} = 1,833$ lebih kecil dari $t_{tabel} = 2,001$ dengan signifikan

0,072 (besar dari $= 0,05$). Berdasarkan asumsi tersebut maka H_a ditolak.

Hal ini menunjukkan Empaty tidak berpengaruh secara signifikan terhadap Kepuasan Calon TKI pada PT. Andalan Mitra Prestasi Cabang Tanjung Balai Karimun.

- e. Hasil regresi secara parsial dalam penelitian ini menunjukkan Variabel Tangible nilai $t_{hitung} = 2,103$ lebih kecil dari $t_{tabel} = 2,001$ dengan signifikan 0,040 (besar dari $= 0,05$). Berdasarkan asumsi tersebut maka H_a diterima. Hal ini menunjukkan Tangible berpengaruh secara signifikan terhadap Kepuasan Calon TKI pada PT. Andalan Mitra Prestasi Cabang Tanjung Balai Karimun.

- 4) Hasil regresi secara simultan variabel Realibilitas, Responsifitas, Assurance, Empaty, dan Tangible secara bersama-sama berpengaruh terhadap Kepuasan Calon TKI pada PT. Andalan Mitra Prestasi Cabang Tanjung Balai Karimun, karena nilai $F_{hitung} 3,167 > F_{tabel} 2,36$. Dalam penelitian ini variabel independen mempengaruhi variabel dependen.

6.2. Saran

Berdasarkan pembahasan yang dilakukan sebelumnya serta kesimpulan yang diuraikan, maka peneliti memberikan beberapa saran untuk penelitian lebih lanjut.

- 1) Pada variabel Realibilitas perlu diadakan pengakuan bahwa sesuatu hal memang masih belum sempurna, sehingga memerlukan perbaikan berkesinambungan. Sebaiknya perusahaan melakukan sebuah pelatihan

tambahan kepada setiap karyawan sesuai dengan tanggung jawab sehingga dapat bekerja secara profesional, evaluasi dan koreksi dengan ikhlas untuk mengadakan perbaikan demi kepentingan bersama.

- 2) Seharusnya karyawan lebih meningkatkan kesediaan untuk membantu setiap keluhan calon TKI secara tanggap dan cepat sehingga dapat menimbulkan rasa kepuasan kepada calon TKI.
- 3) Sebaiknya Setiap karyawan harus memberikan rasa kepercayaan kepada calon TKI sehingga menimbulkan rasa aman dan akhirnya calon TKI loyal dalam memakai jasa perusahaan.
- 4) Empati, merupakan kemudahan dalam menjalin hubungan antara pihak pelanggan dan perusahaan, komunikasi yang efektif, perhatian emosional, dan pemahaman atas kebutuhan individual para pelanggan. Jadi sebaiknya didalam memberikan layanan tidak membedakan satu sama lain sehingga tidak menimbulkan kecemburuan sosial.
- 5) Bukti fisik (*tangibles*), meliputi fasilitas fisik, perlengkapan karyawan, dan sarana komunikasi sudah cukup baik. Dalam hal ini fasilitasi penampungan dapat memberikan kenyamanan yang cukup kepada calon TKI ketika berada di penampungan selama masa tunggu proses keberangkatan.

DAFTAR PUSTAKA

- Fandy Tjiptono. *Pemasaran Strategik*. CV. ANDI OFFSET, Yogyakarta, 2008.
- Fandy Tjiptono. *Service management*. CV. ANDI OFFSET, Yogyakarta 2008.
- Fandy Tjiptono. *Total Quality Service*. CV. ANDI OFFSET, Yogyakarta 55281. 2005.
- Drs. H.A.S Moenir. *Manajemen Pelayanan Umum*. PT. Bumi Aksara. Jakarta, 2000.
- Fred R. David. *Manajemen strategi*. Salemba Empat 2009.
- Gerson. F. Richad. PhD. *Manajemen Kepuasan Pelanggan*. Victor Jasa Abadi, Jakarta 2002.
- Irwan, D. Handi. MBA. Mcom, *10 Prinsip Kepuasan Pelanggan*, Elex Media Computindo, Jakarta 2003
- Keegan, Warren.J. *Manajemen Pemasaran Global*, PT. Index Kelompok Gramedia, Jakarta 2003.
- Kotler, Philip. *Prinsip-prinsip pemasaran*, Erlangga, Jakarta 2003
- Hair, Mc Daniel. *Pemasaran, Salemba Empat*. Jakarta 2005
- Lupiyoadi, Rambat. *Manajemen Pemasaran Jasa*, Salemba Empat, Jakarta 2002.
- Peter, Paul, J, and Olson. *Consumer Behaviour (Prilaku Konsumen Dan Strategi Dan Pemasaran)*, Amos Sihombing, (Pentjemah), Edisi Empat, Erlangga, Jakarta 2003.
- Saladin, Djasmin. *Manajemen pemasaran*, Linda Karya, Bandung 2003
- Alma Buchari, *manajemen pemasaran dan pemasaran jasa*, Erlangga. Jakarta 2004
- Laurence R Jauch, Wiliam F Glueck, *manajemen Strategi dan kebijakan perusahaan*, Erlangga, Jakarta 2003.
- Angipora, Marius, P, *dasar-dasar pemasaran*. PT. Raja Grafindo Persada, Jakarta 2002
- Jonathan Sarwono, *Riset pemasaran*, C.V. ANDI OFFSET, Yogyakarta 2005.